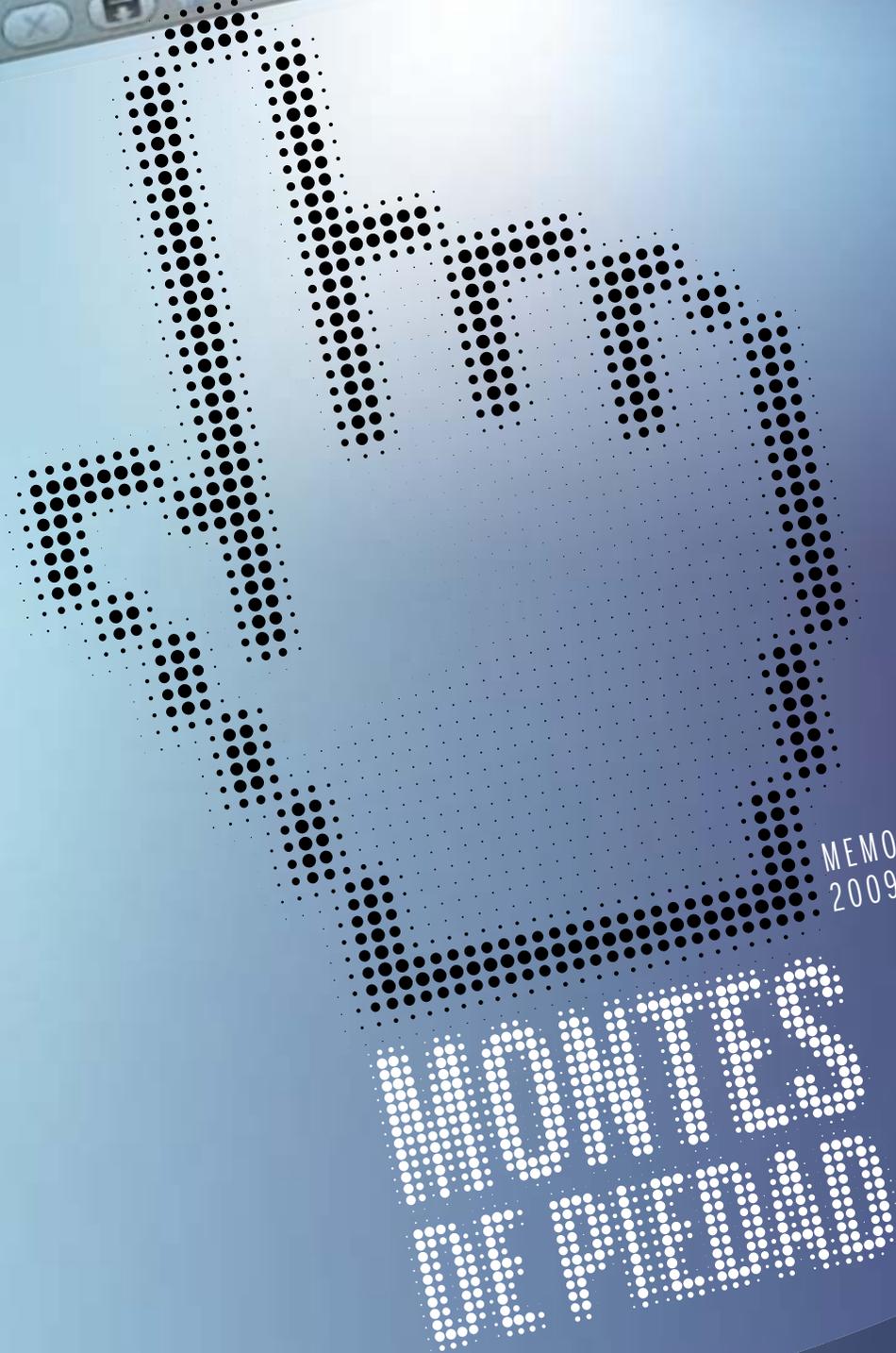


CECA - Subastas online

<http://www.subastasmontes.es>

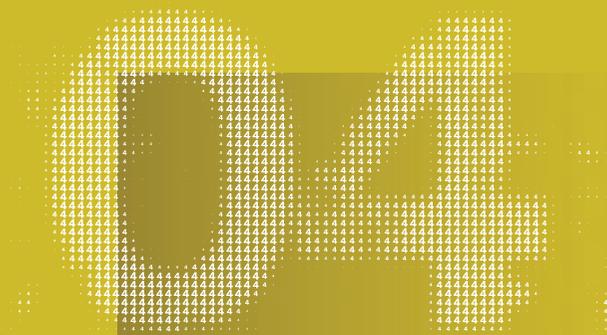


MEMORIA
2009



ceca

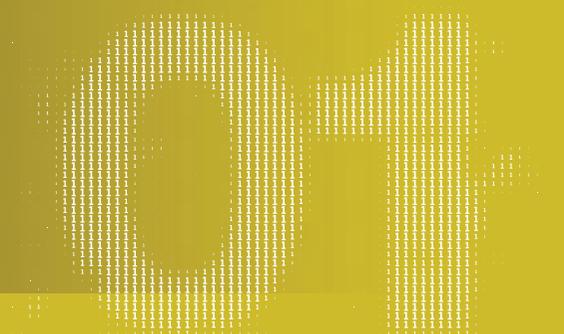
CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE CAJAS DE AHORROS
COMITÉ NACIONAL DE MONTES DE PIEDAD



045
El Sector en 2009

005

Presentación



059

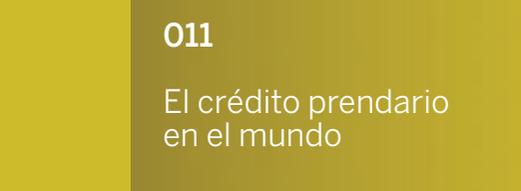
Los Montes de Piedad en España





023

El Modernismo en la joyería



011

El crédito prendario
en el mundo



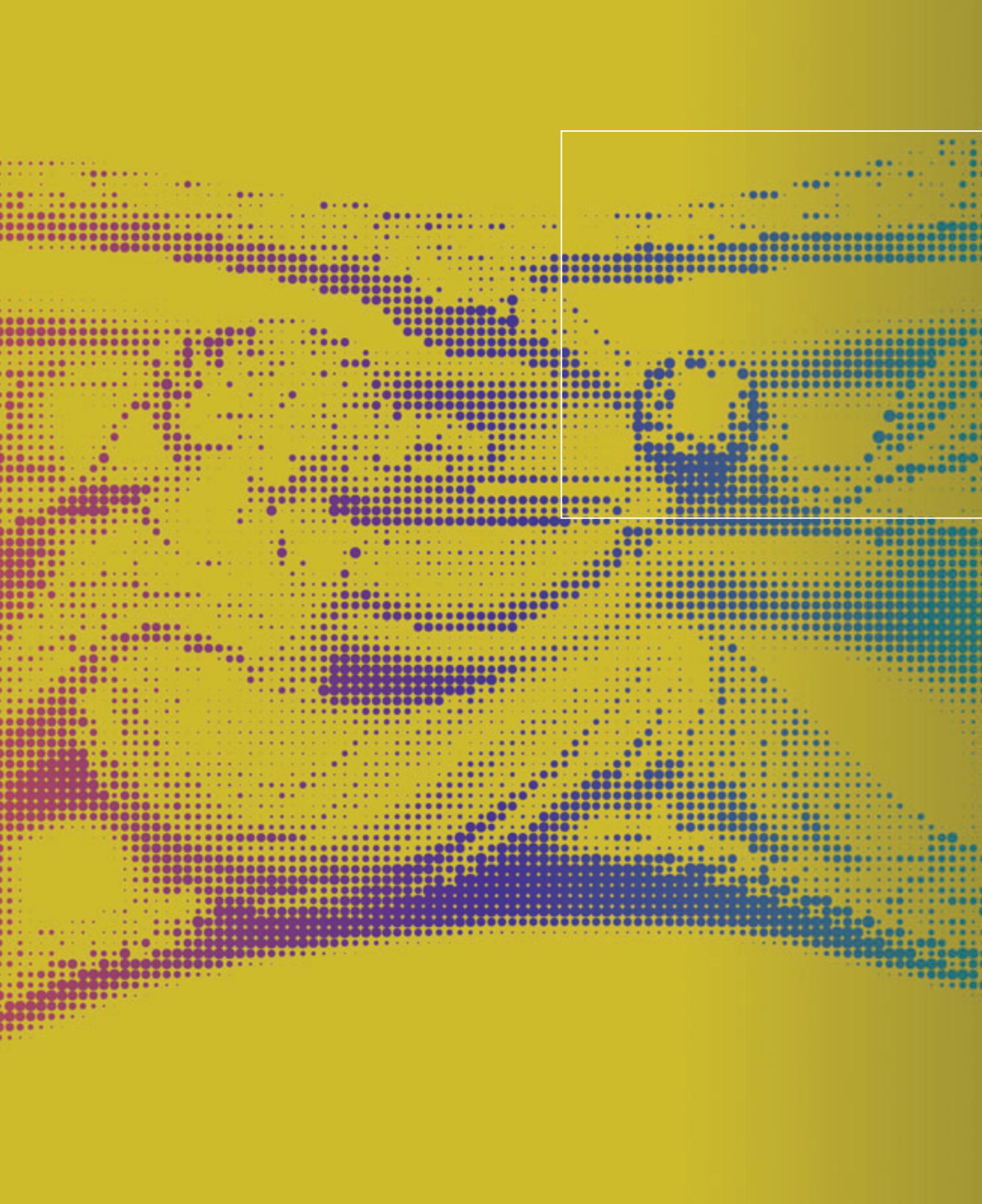
111

Los Montes de Piedad en
los medios de comunicación

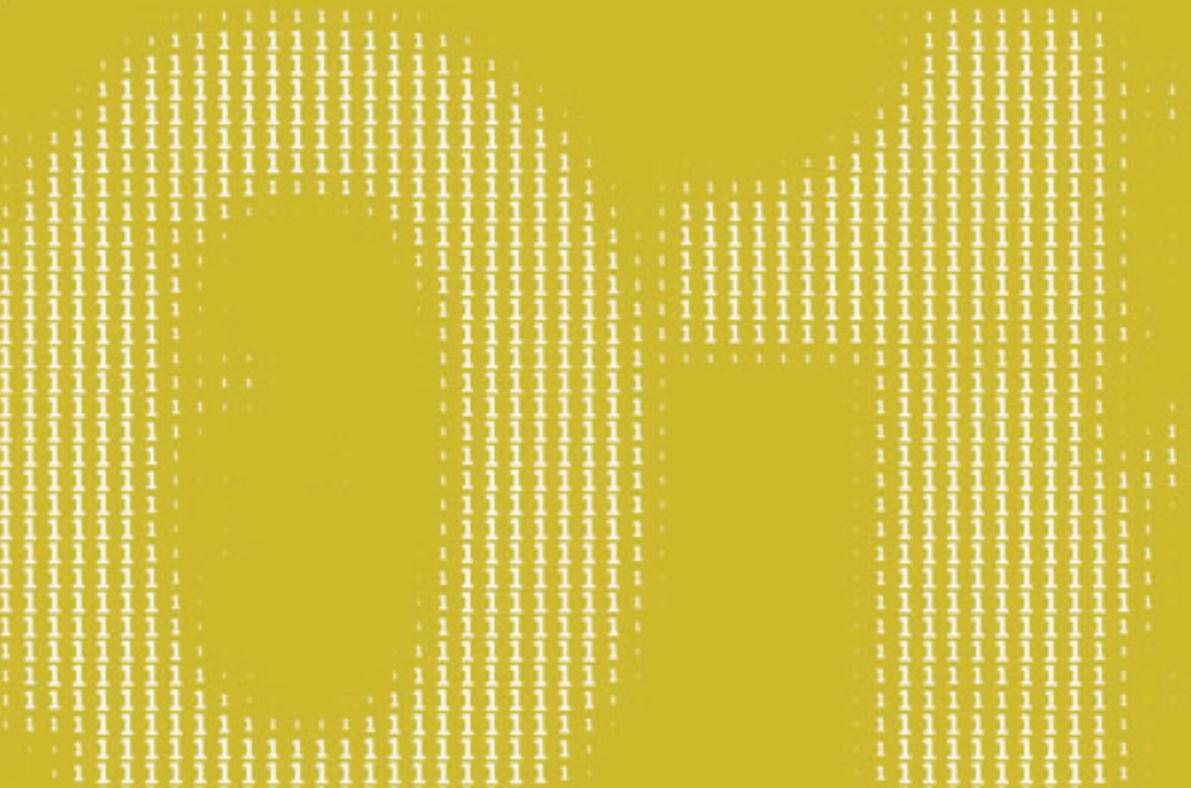


101

subastasmontes.es

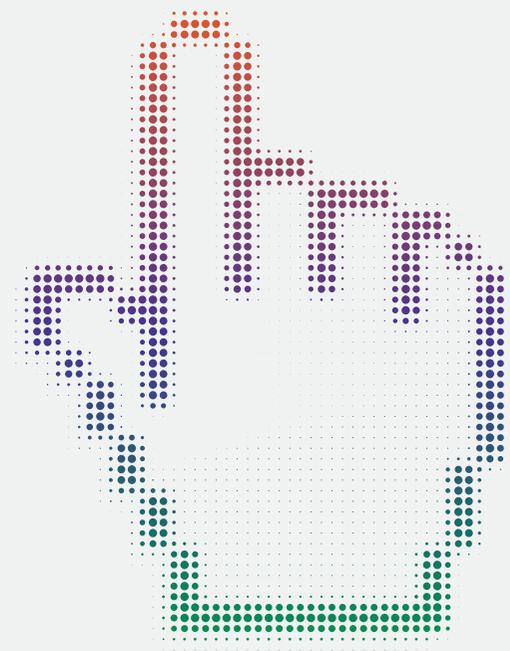


Presentación



INNOVACIÓN EN LA ACTIVIDAD FINANCIERA MÁS VETERANA

La publicación de la tercera Memoria de los Montes de Piedad en España, correspondiente a 2009, ejemplifica el esfuerzo de un pequeño sector de actividad por modernizarse y adaptarse a los nuevos tiempos.



Los contenidos de la presente edición permitirán al lector confirmar que los Montes de Piedad viven en España una nueva etapa, caracterizada por la modernización de sus estructuras y por superar una tradicional inercia a no poner de manifiesto las grandes y múltiples ventajas de su modelo de actividad frente a los negocios estrictamente lucrativos que representan su posible competencia.

En sus más de trescientos años de historia, los Montes de Piedad españoles apenas presentan ejemplos de lo que hoy podríamos entender como comunicación, publicidad o *marketing*; justo lo contrario que esas alternativas centradas en la compra-venta de joyas, especialmente oro, que basan su actividad en agresivas campañas comerciales y de captación.

Sin traicionar en absoluto ese discreto perfil que ha significado durante todo este tiempo a los Montes de Piedad, en los últimos años se ha producido un fenómeno que ha tenido que ver con una reivindicación del crédito prendario, tal y como se entiende en nuestras instituciones, y del papel que sigue desempeñando en el acceso a la financiación y la lucha contra la usura.

LOS MONTES DE PIEDAD
DESEMPEÑAN UN PAPEL
FUNDAMENTAL EN EL ACCESO A
LA FINANCIACIÓN Y LA LUCHA
CONTRA LA USURA

Al recobrar los propios Montes, y las Cajas a las que pertenecen, la conciencia de su gran utilidad pública, la sociedad ha respondido con un mayor reconocimiento, traducido en un incremento de los clientes y las operaciones y de una mucho mayor cercanía de la marca *Monte de Piedad*.

En este contexto, se ha generalizado, asimismo, la presencia de nuestras instituciones en los medios de comunicación con decenas de informaciones en prensa, radio y televisión, centradas en aspectos prácticos como la accesibilidad, la comodidad, y las ventajas económicas y jurídicas del servicio.



EL PORTAL DE SUBASTAS IMPULSA
AL ALZA LOS PRECIOS DE REMATE,
LO QUE HACE MÁS ATRACTIVO ESTE
TIPO DE PRÉSTAMOS

Quizá impulsados por este nuevo entorno, las Cajas proponían en 2007, y certificaban en las últimas semanas del ejercicio al que se refiere esta Memoria, la iniciativa más innovadora y que más transformaciones puede producir en una actividad que se mantiene con muy pocos cambios desde que se implantó en nuestro país. Se trata del portal de subastas por Internet, **www.subastasmontes.es**, cuyas dificultades a la hora de implantarse (es el primer proyecto de estas características que se pone en marcha en el mundo) son sólo comparables a las expectativas que ha generado. Con sólo unas semanas de funcionamiento, en un entorno de mejora de la aplicación, las previsiones se situaron en el entorno de los 3.000 lotes subastados en el primer año, cantidad que representa aproximadamente el diez por ciento de todas las garantías que liquidan los Montes de Piedad por no haberlas recuperado sus propietarios.

El portal de subastas en Internet, en el que han participado inicialmente doce Montes de Piedad y la CECA, y al que está previsto que se sumen otras tres instituciones, es una solución tecnológica para una necesidad recurrente en la actividad de los Montes, como es la liquidación de las garantías no recuperadas. Además, representa la primera iniciativa colectiva y consciente de los Montes de Piedad en el ámbito del *marketing*.

Aunque en un principio el portal cumple sus objetivos con la liquidación de las joyas que garantizan los préstamos, su alcance está yendo más lejos y está produciendo dos efectos añadidos. Por un lado, contribuye a ofrecer una imagen distinta de los Montes, que se han equiparado, en tecnología y accesibilidad, con el resto de servicios de la Caja a la que pertenecen; en este sentido, si muchas de las entidades financieras españolas han apostado en los últimos años de manera inequívoca por la banca *on line*, tiene sentido que los Montes hayan hecho lo propio, en este caso con las subastas.

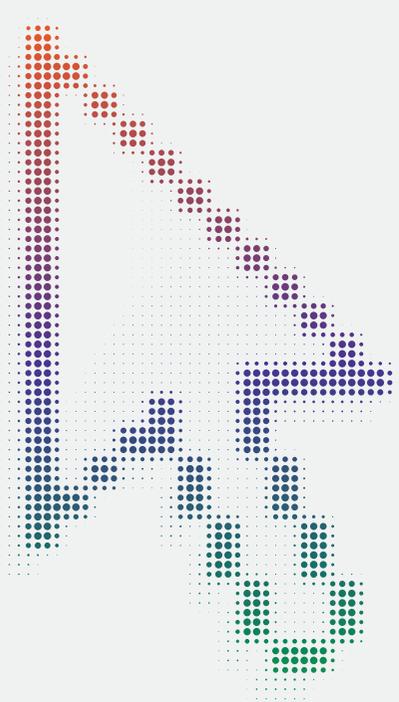


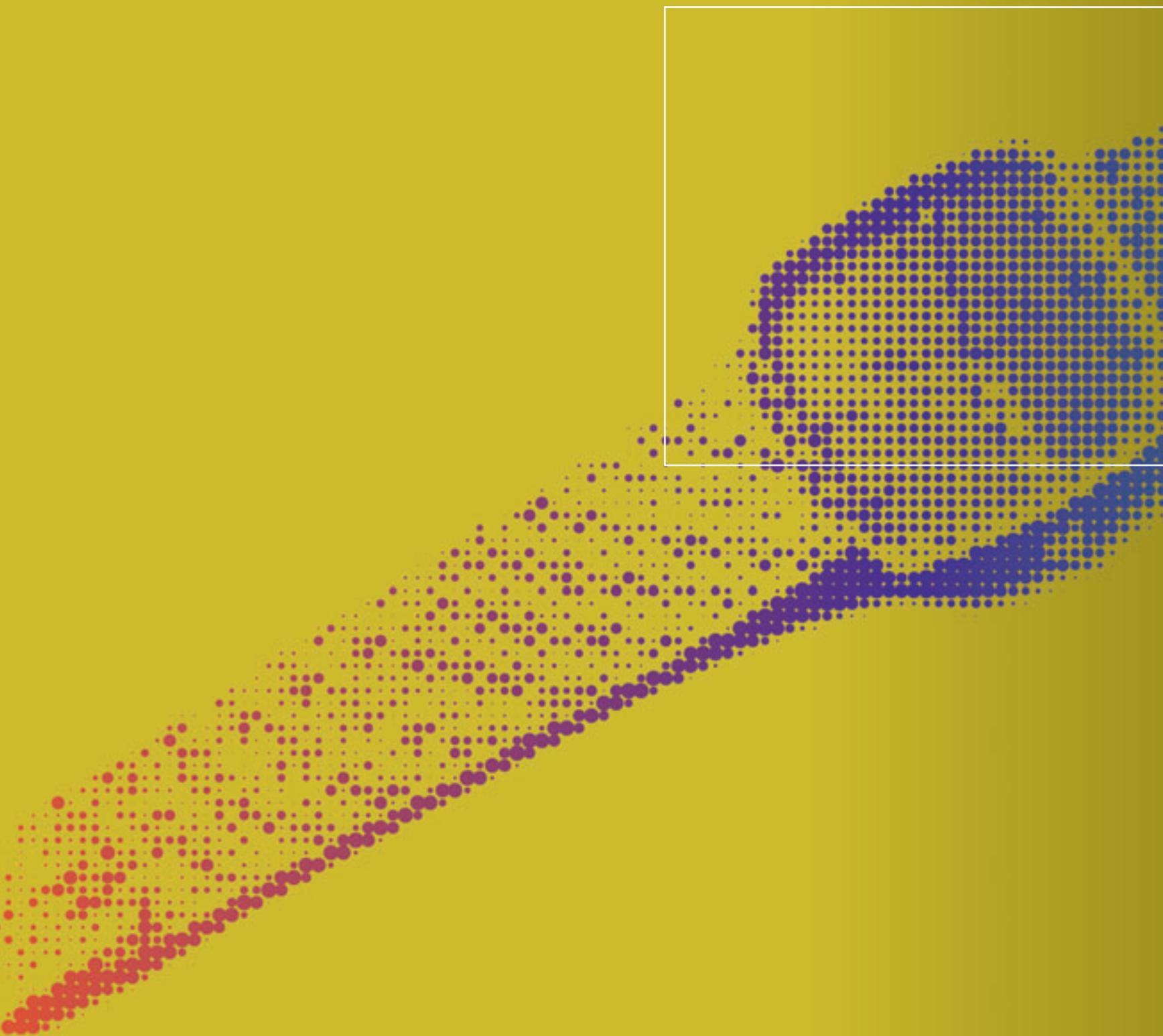
Junto a este efecto modernizador de la imagen, los Montes también han incrementado el interés objetivo de los clientes por efectuar más operaciones de préstamo. Muchos de ellos han comprobado que el portal de subastas impulsa al alza los precios de remate de manera considerable (debido a la mayor concurrencia de pujas), circunstancia que hace más atractivo este tipo de préstamos, tanto si la intención es recuperar la garantía, como en la inmensa mayoría de los casos, o dejar que salga a remate con la expectativa de mayores sobrantes. Esta característica de los Montes, que reintegran a sus clientes la diferencia entre el importe obtenido en la subasta y el importe del préstamo, es bien conocida y legítimamente aprovechada por miles de clientes.

Por esta razón, una iniciativa que como ésta ha permitido perfeccionar las subastas, mejorando su rendimiento con menores costes, contribuye también a hacer más atractivo y más accesible el servicio que prestan los Montes de Piedad. Dado el compromiso expresado por el Comité Nacional de Montes de Piedad de seguir trabajando en iniciativas innovadoras, confiamos en que las próximas Memorias puedan contener nuevos proyectos que mejoren y actualicen la operatividad y el conocimiento de los Montes en España.

El volumen de crédito que suman los veintiún Montes de Piedad operativos que existen en España (apenas alcanza el 0,5 por mil del total de la cartera de las Cajas de Ahorros) no refleja su importancia institucional; ya que, los Montes de Piedad son el ejemplo más palpable y antiguo del compromiso social adquirido desde la actividad financiera de nuestras entidades.

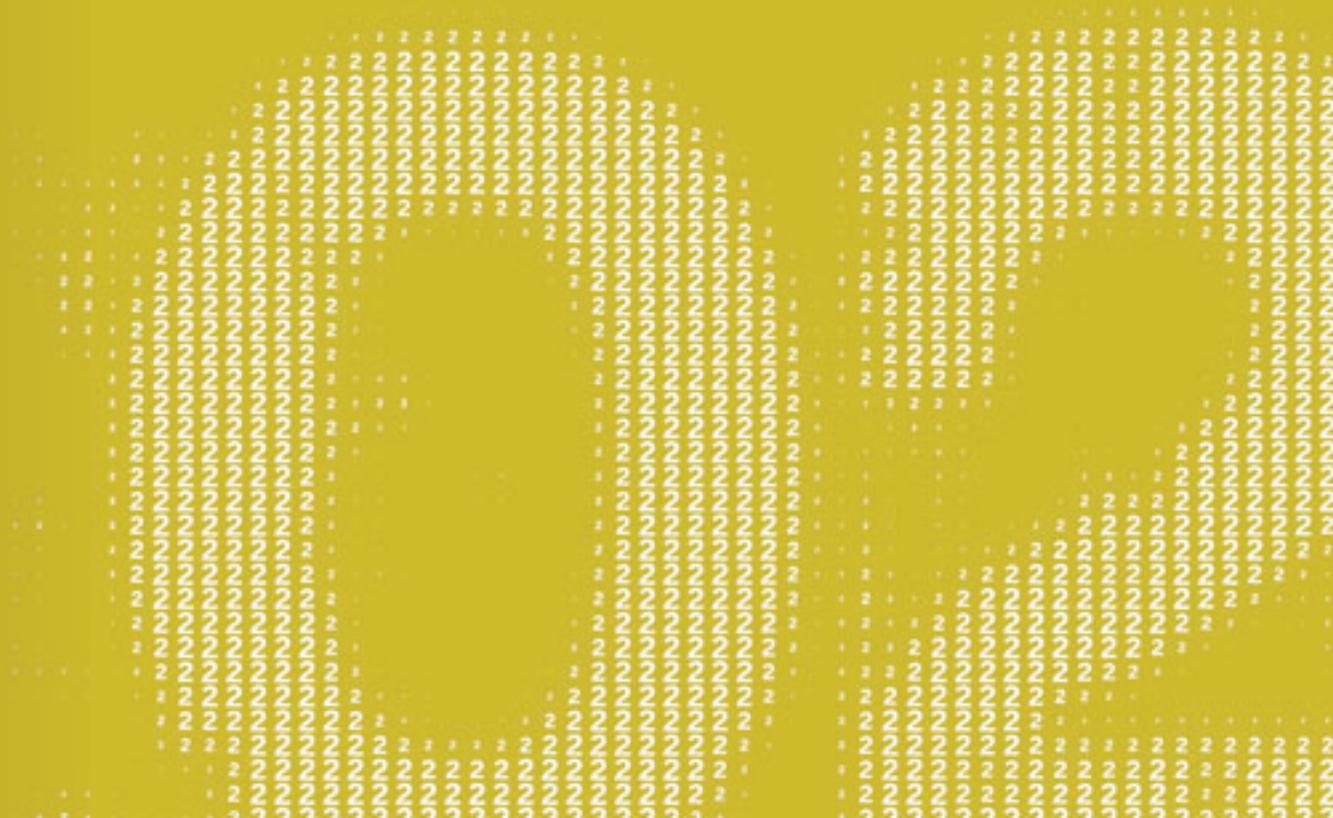
José Antonio Olavarrieta Arcos
Director General de la CECA







El crédito prendario en el mundo





UNA CRISIS INTENSA

Si hay una palabra que define lo que ha ocurrido a lo largo del 2009, de forma generalizada y a nivel global, ésa es *crisis*. Aunque en unos países ha afectado con más intensidad que en otros, es difícil encontrar un lugar en que la crisis no se haya cebado con muchos y variados sectores de la producción que, a su vez, ha afectado a amplias capas de la población.

LOS MONTES DE PIEDAD
DESEMPEÑAN UN PAPEL
FUNDAMENTAL, AL POSIBILITAR QUE
LOS CIUDADANOS PUEDAN ACCEDER
A PRÉSTAMOS EN CONDICIONES DE
MERCADO VENTAJOSAS

En este punto, para mitigar los estragos de la pobreza y la exclusión social, existe un consenso generalizado sobre la necesidad de propiciar la inclusión financiera de todas las personas posibles en el sistema. Inclusión financiera que debe suponer el acceso a productos financieros de ahorro y crédito que permitan a las personas en riesgo de exclusión prosperar y salir adelante en economías de mercado. Por supuesto, en tiempos de crisis, seguir teniendo acceso a dichos productos de crédito y ahorro es capital.

Por eso, los Montes de Piedad y demás entidades de crédito prendario y social, en tiempos como los que corren, desempeñan un papel trascendental para posibilitar que los ciudadanos puedan acceder a créditos y préstamos en condiciones de mercado ventajosas, sobre todo, en momentos de apuro o necesidad en los que la rapidez y la agilidad en la concesión adquieren una importancia decisiva.

Las consecuencias más directas de todo ello han sido:

- // una ralentización de la actividad productiva global,
- // tasas negativas de crecimiento en amplias zonas del mundo,
- // cierre de decenas de miles de negocios y empresas,
- // notables incrementos del paro y el desempleo.

En definitiva, la crisis ha cortado de raíz las perspectivas de crecimiento, mejora y desarrollo de millones de personas de todo el mundo, lo que conlleva crecimientos inevitables de situaciones de exclusión y pobreza.



EN SUIZA HAN AUMENTADO
TANTO EL NÚMERO DE
CLIENTES DEL MONTE DE
PIEDAD, COMO EL NÚMERO DE
PRÉSTAMOS Y SU IMPORTE



En esta Memoria tenemos un completo y pormenorizado análisis acerca de la incidencia de la crisis en el mercado español del crédito prendario, estudiando la actividad de todos y cada uno de nuestros Montes de Piedad. Pero, ¿cómo ha afectado la crisis al crédito prendario en otros países del mundo, los de nuestro entorno y los de allende el Océano Atlántico?

Los resultados y experiencias de tres instituciones diferentes nos sirven para valorar la situación del crédito prendario a nivel internacional, en un escenario de crisis global y generalizada como el que estamos viviendo.

SUIZA

Por una parte, el Instituto de Crédito Prendario de Lugano, de Suiza, constata que, efectivamente, la crisis ha afectado tanto a la economía del país, en general, como al negocio bancario, en particular. Y, también, al crédito prendario que, en Lugano, creció un dieciséis por ciento con respecto al año 2008. Un crecimiento tanto en número de clientes, como en el número y en los importes de los préstamos. De hecho, las operaciones que más crecieron fueron las comprendidas en un arco de entre los 20.000 a los 50.000 francos.

Además, también ha habido cambios en el perfil de los clientes, ya que, aparte de los tradicionales jubilados, parados y amas de casa, se han empezado a prestar servicios a abogados y empresarios que precisan de sumas importantes de dinero, por lo que empeñan joyas y propiedades de mucho valor.

En este momento, el Instituto de Crédito Prendario de Lugano está exclusivamente centrado en la gestión del crédito prendario, aunque no descartan ampliar el abanico de productos ofertados que puedan resultar útiles e interesantes para sus clientes.

CHILE

Cruzando el Atlántico, la Dirección General Prendaria de Chile nos traslada sus cifras y su percepción de la situación del momento.

Acerca de los efectos de la crisis en el país, señalan lo siguiente:

Se incrementó la tasa de desocupación. El año 2008 promedió 7,8 por ciento, mientras que el año 2009 llegó a un 9,7 por ciento, esto significa un incremento de un 25,2 por ciento. La serie desestacionalizada muestra que en el mes de octubre la desocupación comienza a aumentar. El crecimiento también se vio afectado, mientras que en el año 2008 fue del 3,2 por ciento, el último trimestre registró apenas un 0,2 por ciento. El período entre enero y octubre del año 2009 se caracterizó por la desaceleración en la actividad, registrando un 2,5 por ciento negativo aproximadamente.

Respecto al comportamiento de la Banca, para enfrentar el riesgo, los oferentes de crédito restringieron fuertemente las condiciones de otorgamiento de créditos de consumo y, además, se observa un claro debilitamiento en la demanda por préstamos. Eso sí, se debe considerar que los niveles de morosidad generales en el país no se incrementan de forma importante.





¿Cómo ha afectado esta situación a la gestión del crédito prendario?

Por una parte, el Gobierno combatió la crisis subsidiando muchas actividades diferentes que, en general, formaban parte de la base de clientes tradicional de la Dirección General Prendaria. Además, la restricción en el consumo de amplias capas de la población conllevó una menor demanda de crédito prendario, al igual que pasó con el bancario.

Sin embargo, a través de una intensa mejora, tanto del producto como del servicio prestado por las oficinas, el negocio se incrementó en un uno por ciento; sobre todo, por el incremento constante en el avalúo del gramo de oro, que permitía acceder a los usuarios a préstamos de mayor cuantía y, por tanto, a un mayor nivel de satisfacción.



EL GOBIERNO CHILENO COMBATE LA CRISIS SUBSIDIANDO ACTIVIDADES DE LA BASE DE CLIENTES TRADICIONAL DE LA DIRECCIÓN GENERAL PRENDARIA

Así ha sido, pues, la estrategia del negocio a lo largo de estos meses:

El costo para los usuarios se trabaja en base a una tasa fija que no varía en función de la tasa de política monetaria; por otro lado, se trabajó durante el año 2009 en incrementar el avalúo del gramo de oro, con el objetivo de entregar un producto de mayor valor a los clientes. El capital promedio por cliente creció un 6,5 por ciento respecto al año 2008. Los ingre-

sos del negocio se encuentran en una fase de crecimiento, producto de las reformas que se aplicaron a comienzos del año 2009; que, si bien han acotado las posibilidades de renovación de los usuarios, han permitido una mayor rotación e incrementar las colocaciones. Por otro lado, conscientes de la posibilidad de una mayor tasa de remates, se fortaleció el procedimiento de llamadas telefónicas a aquellos clientes cuyo crédito está cerca de la fecha de vencimiento, evitando

así la pérdida por remate. Esto último no sólo ha logrado acotar el riesgo de la cartera, sino además disminuirla: en el año 2009 la tasa de remate para el primer periodo (clientes que no utilizaron la opción de renovación) disminuyó un 8,8 por ciento.

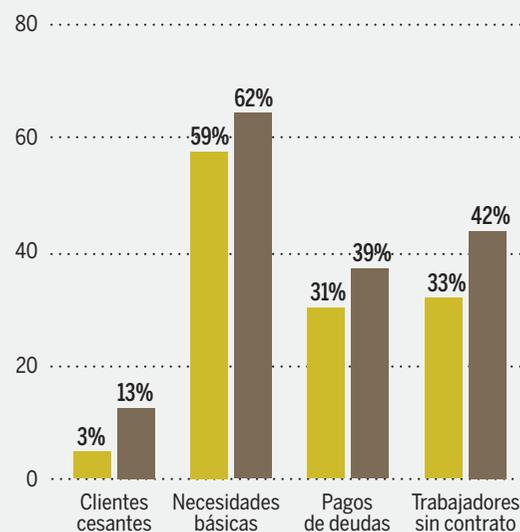
El año 2009 el total de clientes mensuales disminuyó un 5,2 por ciento; sin embargo, un tema no menor es el aumento en un 9,3 por ciento en la participación de los clientes nuevos.

A la pregunta de si hubo cambios en el perfil de los clientes de la institución, la respuesta es la siguiente:

Según las encuestas, aproximadamente el cincuenta por ciento de los usuarios contaba con morosidades en el registro de información comercial; sin embargo, la cifra supera el setenta por ciento de los clientes vigentes según el muestreo solicitado al registro de informaciones comerciales DICOM. Por lo tanto, si bien la fuente de información no es la misma, se puede deducir que hubo un incremento de este segmento producto de la crisis económica.

Variación en el perfil de los empeñantes

■ 2008
■ 2009



Fuente: Encuesta Perfil Socioeconómico
<http://www.dicrep.cl/pdf/perfilsocioeconomico2009.pdf>





EN MÉXICO LA ACTIVIDAD PRENDARIA ES UNA DE LAS MODALIDADES DE ACCESO AL CRÉDITO MÁS EXTENDIDA

Además, la Dirección General Prendaria está incrementando el abanico de actividades que desarrollan, para mejorar sus ratios y dar mejores y más variados servicios a sus clientes.

Actualmente, se está reforzando la gestión de remates fiscales y judiciales a través de la modernización del proceso. El primero consiste en efectuar aquellos remates a entidades fiscales que dan de baja especies y/o vehículos; por otra parte, los remates judiciales corresponden a aquellos generados por el rol de la institución como organismo auxiliar de la justicia. El nivel de actividad generado por los remates fiscales es relati-

vamente normal; sin embargo, producto de la reforma del procesal penal se espera que los judiciales incrementen notablemente su volumen. El año 2009 el capital subastado fue de 290.935 y 67.151 dólares americanos, respectivamente.

Considerando la necesidad de incrementar los clientes atendidos, resulta indispensable realizar esfuerzos (viables financiera y jurídicamente) para disminuir la tasa de fuga (clientes nuevos o regulares), aumentar la recompra de los clientes nuevos y/o aumentar la tasa de uso de los clientes regulares. Para ello, se está trabajando en la caracterización de cada segmento en función de su comportamiento,

variabilidad de uso, rotación por usuario, capital promedio por cliente, etc., y así crear productos diferenciados para cada segmento incentivando la auto segmentación.

MÉXICO

Por último, vamos a ver cómo se ha desarrollado la actividad prendaria en un país que, como México, tiene a esta modalidad de acceso al crédito como una de las más extendidas entre amplias capas de la población. México también se ha visto afectado por la crisis que, además, coincidió con la amenaza de la gripe, por lo que sus efectos nocivos se incrementaron y se vieron potenciados.



En ese sentido, el Director de Ecanal, empresa privada dedicada al análisis económico de México, señaló a mediados del 2009 que aproximadamente la mitad del Producto Interno Bruto mexicano se iba a ver afectado directa o indirectamente por la crisis de los Estados Unidos de América, con los que mantienen relación de vecindad. Así las cosas, es necesario mencionar algunos indicadores como:

- // Ha disminuido el flujo de entrada de remesas, pues los emigrantes que están en EE. UU. trabajando envían menos dinero a sus familias. Hasta un trece por ciento menos, según el Banco de México.
- // Igualmente, se han visto reducidos los ingresos generados por el sector turístico debido a que México recibe gran turismo de los Estados Unidos de América, cuya profunda recesión ha hecho que se moderen los flujos de turistas y viajeros al extranjero. A ello, hay que sumar la crisis económica que atenaza a Europa y la alarma generada por la epidemia de gripe A.
- // Todo ello confluye con un ciclo de desaceleración económica. Ya era bien sabido que la economía mexicana se estaba desacelerando y con esta crisis, el proceso se ha intensificado. De hecho, la demanda de importaciones por parte de los vecinos norteamericanos ya se mostraba débil y la previsión es que continuará esa tendencia.





En base a todo ello, desde Nacional Monte de Piedad nos señalan las siguientes conclusiones y tendencias del modelo de negocio de los Montes, partiendo de que los factores anteriormente enumerados han propiciado un crecimiento del crédito prendario, aumentando el número de operaciones. La crisis obliga, muchas veces, a una necesidad de rápida financiación que obvie los trámites burocráticos inherentes a la financiación bancaria. Por eso, además, la competencia de las casas de empeño está creciendo en México, con tasas de interés de entre el seis y el doce por ciento mensual.

Y, precisamente por eso, Nacional Monte de Piedad continuó con un plan de expansión y apertura de nuevas oficinas, situándose en las doscientas y con previsión de abrir 71 nuevas a lo largo de todo 2010.

Como señalábamos, ha crecido tanto el número de operaciones como el monto de los préstamos. El efecto combinado del precio de oro, considerando mes a mes versus el año anterior, y transformado a pesos, es del doce por ciento de promedio. El tipo de cambio se ha fortalecido con respecto al dólar americano. Los préstamos promedio (*ticket* promedio) se han incrementado sostenidamente, esperándose un

crecimiento del cuarenta por ciento en el volumen de empeño líquido.

Igualmente, ha habido cambios en el perfil de los clientes de Nacional Monte de Piedad. Sobre todo, porque ha cambiado la percepción de que el empeño no es algo negativo. Por eso, cada vez son más empresarios y clientes de clase media los que acuden al Monte en busca de financiación. A este incremento en el negocio, está contribuyendo el desarrollo de productos como el crédito de liquidez con garantía hipotecaria, realizando pruebas piloto en la oferta de seguros de bajo precio vinculados a la actividad prendaria.

Mirando al futuro, se está contemplando la posibilidad de desarrollar productos de captación a través de cuentas de ahorro. La prioridad es fortalecer el crédito prendario con flexibilidad en plazos, términos y condiciones diferenciadas, existiendo el debate sobre si sería ocasión de empezar a gestionar microcréditos. Mientras algunos miembros del Patronato se muestran francamente a favor, otras opiniones prefieren potenciar la captación de recursos que aseguren la lealtad de los usuarios a través de un servicio de calidad y calidez.



EL CRÉDITO PRENDARIO SE ERIGE
COMO UNA DE LAS VÍAS DE ACCESO
AL CRÉDITO MÁS ÚTILES,
NECESARIAS, RÁPIDAS Y SEGURAS

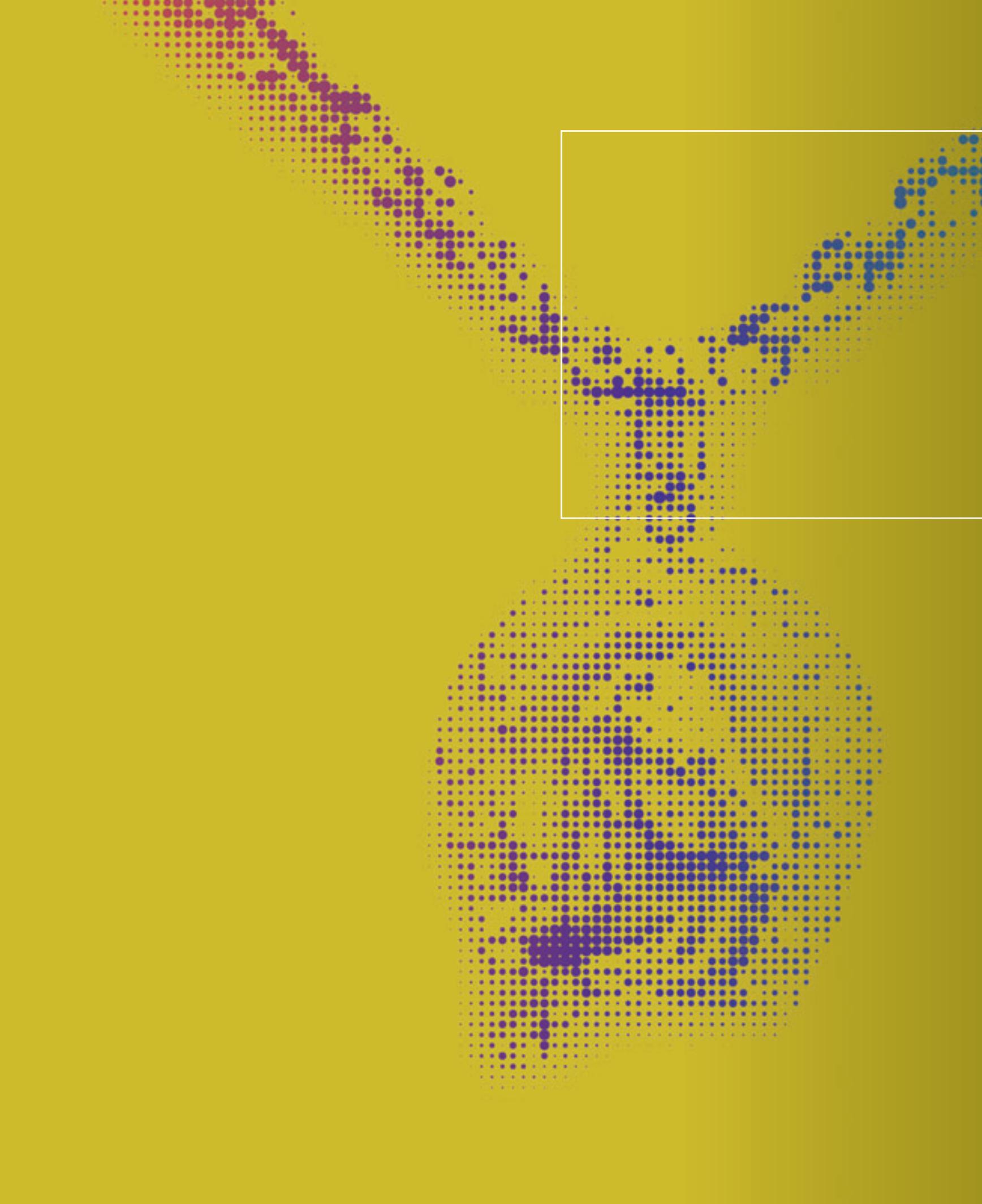
CONCLUSIÓN

En un escenario global de crisis, las entidades especializadas en la gestión del crédito prendario desempeñan un papel esencial en la financiación de millones de personas en todo el mundo que, en el empeño, encuentran la herramienta necesaria para salir de un apuro y hacer frente a situaciones que requieren disponer de dinero de forma rápida, pero en condiciones de mercado.

Desde la Asociación Internacional de Entidades de Crédito Prendario y Social se quieren estrechar los lazos con instituciones de todos los países que, luchando contra la usura, se erigen en una de las vías de acceso al crédito más útiles y necesarias para los ciudadanos.

Por eso, la presencia en el coloquio internacional patrocinado por una universidad de China, en otoño de 2010, será una inmejorable ocasión de acercarse a los países de Oriente en los que la actividad prendaria está muy extendida.





El Modernismo en la joyería



LA JOYA MODERNISTA, LA GRAN DESCONOCIDA

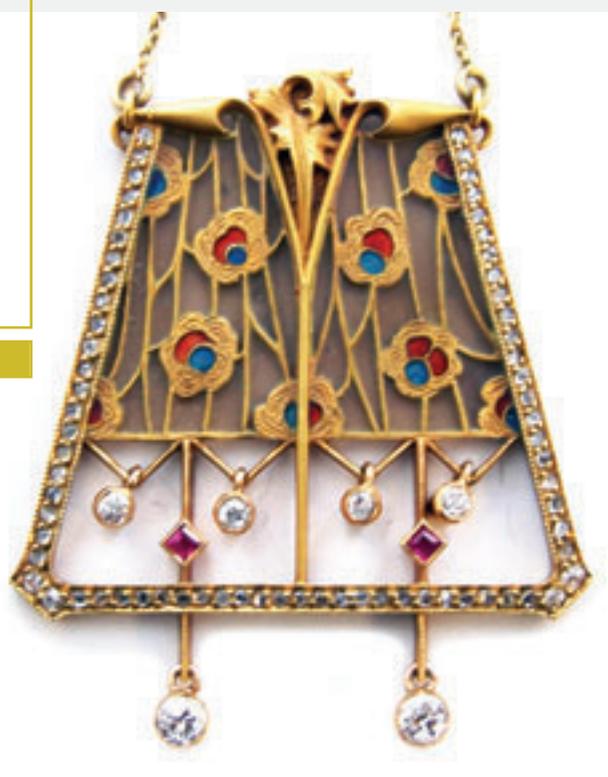


Todos hemos oído hablar de la Sagrada Familia, de Antoni Gaudí, o del Palau de la Música Catalana, de Domenech i Montaner, e, incluso, de la Casa Amatller, de Josep Puig i Cadafalch, ya que son los grandes artistas del Modernismo en la arquitectura.

Son mucho menos conocidos los rastros que este mismo estilo artístico dejó en el campo de la joyería. Si Gaudí o Puig i Cadafalch son referentes incuestionables en monumentos, Lluís Masriera y Manuel Martínez Hugué son los nombres clave en la orfebrería modernista. Estos catalanes fueron los encargados de traer a la península lo que en el momento estaba rompiendo moldes en París, siendo artistas como René Lalique, Georges Fouquet o Lucien Gaillard los nombres más destacados de la capital francesa. Aun así, Barcelona no fue el único lugar donde llegaron las influencias francesas. En Estados Unidos o Bruselas, los principales joyeros también se hicieron eco de las corrientes modernistas aplicadas a la joyería proveniente de Francia.

Pero hagamos un poco de revisión histórica. El Modernismo no es una corriente cultural desvinculada de la sociedad. Se trata de un movimiento que no podría existir sin el auge de la burguesía, siendo el burgués el modernista por excelencia. Los mecenas del Modernismo no son otros que las familias enriquecidas con la industrialización de la ciudad a lo largo del siglo XIX. Unas familias que, además de querer

EL MODERNISMO PROPONE LA
RECUPERACIÓN DE LA NATURALEZA
COMO VALOR Y LA DE LOS
PROCEDIMIENTOS ARTESANOS
COMO MÉTODO



sus propias viviendas modernistas, también desearán lucir sus joyas modernistas en los eventos sociales de la época, los conciertos en el Liceu o las fiestas de la alta sociedad. Estas piezas ornamentarán, sobre todo, las mujeres de la época marcándolas con una posición social y con una elegancia, que les dará un lugar entre las burguesías europeas. La joya se incorpora como un símbolo de estatus en los complementos cotidianos de los burgueses.

Los protagonistas son los miembros de una generación que promueve un cambio socio-cultural que se genera alrededor del salto de siglo. De este modo, hacia 1890 se produjo una profunda transformación del gusto. En parte como reacción frente a la industrialización y sus consecuencias, como el crecimiento de las grandes ciudades. El movimiento artístico que nació proponía, pues, la recuperación de la

naturaleza como valor y la de los procedimientos artesanos como método. Se trata, en realidad, de una rebelión contra el maquinismo que amenazaba los procesos creativos tradicionales. La joyería, así, se ve afectada de lleno, tanto en lo que a sus temas se refiere como, sobre todo, en su manufacturación. El aprecio y el valor de la joya da un vuelco y renace un interés por el diseño y el buen gusto.

ARTE TOTAL

Durante este corto, pero intenso, periodo florecen grandes exposiciones de joyas; pero también de muebles, jarrones, porcelanas o vidrieras. Objetos de calidad que armonizan en una obra de arte mucho más compleja.



Los artistas de la época empiezan a producir para un público exigente, el nuevo burgués, que no se contenta con cualquier cosa. El nuevo arte debe ser, además, algo moderno y diferente de lo que se ha visto hasta el momento.

La joya modernista es la plasmación de un deseo de impregnar todos los ámbitos de la existencia cotidiana. Las joyas, pero también la indumentaria, el mobiliario e, incluso, los cortinajes, poseen la capacidad privilegiada de acompañar al que las lle-

va, tanto en la vida en público como en el entorno privado. Así, la joya puede ser concebida como un oasis estético portátil, un objeto precioso que satisface la necesidad de belleza del que la lleva en cualquier momento, una manifestación secreta o compartida de su sensibilidad estética.

No sería entonces descabellado decir que nace un nuevo concepto de arte. Un cambio radical en lo que se entendía hasta el momento, que se puede resumir con la idea que hasta el objeto más insignificante tiene que compartir la exuberancia vital de la naturaleza. Y este cambio abarcará todos los aspectos de la vida cultural, desde la pintura hasta la música, pasando por la poesía, el mobiliario o la arquitectura y la joyería.

El hecho de que las influencias modernistas francesas arraiguen en Barcelona no es casual. La burguesía estaba viviendo en Cataluña su esplendor como en ninguna otra parte de la península, y fue este condicionante un caldo de cultivo excelente para que este movimiento arraigara aquí más que en otras partes. Así, una ciudad como Barcelona lideró uno de los periodos creativos más brillantes de su historia, que ahora llamamos Modernismo.



HASTA EL OBJETO MÁS
INSIGNIFICANTE COMPARTE LA
EXUBERANCIA VITAL DE LA
NATURALEZA

LA ADAPTACIÓN DEL ESTILO FRANCÉS

INFLUENCIA DEL *ART
NOUVEAU* FRANCÉS SOBRE
LOS JOYEROS CATALANES

París origina y lidera esta corriente, seguida de Bruselas, dos ciudades en las que este estilo ganó un gran reconocimiento. A pesar de su expansión con éxito por casi toda Europa, el estilo modernista –en lo que a las joyas se refiere– se adaptó con características especiales a cada territorio en el que se implantó.

SE IMPONE LA LIBERTAD
PARA CREAR NUEVAS
FORMAS, NO ACEPTADAS
ANTERIORMENTE POR
CONSIDERARSE POCO
ACADÉMICAS

En Catalunya el cambio llegó alrededor de 1900, a partir del contacto directo de algunos joyeros catalanes con los artistas parisinos. Así, se convierte en Modernismo el *Art Nouveau* francés.

El gran protagonista de la renovación de la joyería del *Art Nouveau* fue René Lalique, que se reveló en contra del papel del joyero tal y como se entendía en esa época. El que en otro tiempo había sido artista joyero, se había convertido en mero montador de brillantes a partir de diseños sin apenas originalidad. El valor de la joyería se había deteriorado casi por completo con la falta de interés por el diseño y el buen gusto.



En contraste, con el Modernismo se empezó a imponer el riesgo de las nuevas creaciones, copiando, en lo que a formas se refiere, las innovaciones que estaban tomando también los arquitectos modernistas. Esto lleva a un nuevo tipo de artesanía motivada sobre todo por el diseño artístico en contraste con los últimos dos siglos, en los que los materiales se habían reducido a las gemas, especialmente diamantes. Sin duda alguna, se impuso la libertad para dar lugar a la creación de nuevas formas que anteriormente no habían sido aceptadas por ser poco académicas.

Enmarquémonos, pues, en un momento en el que Barcelona rebo-

sa de tiendas y buenos talleres de joyería, y Lluís Masriera quiere diferenciarse de ellos introduciendo la técnica del esmalte translúcido, el esmalte *plique-à-jour* proveniente de Francia. No fue fácil para Masriera conseguir esta nueva técnica de esmalte puesto que su descubridor, René Lalique, había guardado celosamente el secreto. Aun así, se dice que el joyero catalán se encerró en su taller con uno de sus mejores colaboradores y después de tres intensos meses de pruebas resolvió el enigma.

A partir de este descubrimiento se unen sensibilidad, conocimiento técnico y destreza, haciendo que Lluís Masriera triunfe con sus especta-

culares y coloridas joyas de esmalte *plique-à-jour*, siendo, desde este momento, un personaje básico del Modernismo catalán.

La nueva colección de Masriera fue exhibida en la tienda de la calle Ferrán de Barcelona durante la feria de Santo Tomás en el año 1901, y el éxito fue tan espectacular que se formaron colas en la calle para ver sus escaparates. Así fue como la presentación de las joyas con esmalte translúcido se convirtió en un acontecimiento ciudadano.

Manuel Martínez Hugué es otro nombre destacado de la joyería modernista. Ejemplo de una de las características del Modernismo, el artista total que despliega su arte en distintas disciplinas, este catalán fue también escultor, pintor y dibujante. Como joyero, recibe directamente la influencia del *Art Nouveau* francés cuando se instala en París entre los años 1901 y 1903 y comparte taller con Paco Durrio, de quien tendrá una gran influencia. Manolo Hugué diseñó y creó joyas realizadas básicamente en plata, aunque algunas también en oro. Fueron joyas de inspiración simbolista, pero siguiendo los grandes temas del Modernismo, como las aves y los insectos.



LA MUJER, JUNTO AL MUNDO ANIMAL Y VEGETAL, CENTRO DE ATENCIÓN

La fauna y la flora son áreas temáticas poco recurrentes hasta el momento y que, en cambio, el nuevo estilo hará salir a escena. La naturaleza se convierte, indudablemente, en fuente de inspiración de los artistas joyeros modernistas. Serán estos motivos los que van a permitir, claro está, las formas curvas y sinuosas típicas del Modernismo, rechazando cualquier ángulo posible.

Parte del éxito de la joya modernista, lo encontramos en estas líneas curvas y motivos naturales, que permiten una buena combinación cromática de flores, plantas, paisajes y animales. Entre estos últimos, destacan los reptiles e insectos, presididos por hadas y ninfas, símbolo de este deseo de fusión con la naturaleza.

Más allá de la flora y la fauna, no podía faltar en la joya modernista la figura femenina, el catalizador de todas las fantasías. En este nuevo estilo, encontramos a la mujer bien como encarnación de la naturaleza, con cabellos ondulados convertidos en arabescos vegetales, bien como símbolo de una belleza turbadora y peligrosa, a través de sus metamorfosis como sirena, ninfa o mujer alada.

Son muchos los atributos que acompañan a la mujer en la joya modernista, el rol que asume la figura femenina en las piezas. Se trata de una mujer suave, reposada, pensante, presidida por la imagen de hadas y ninfas. Una mujer que recupera la idea de nostalgia respecto a la pureza original. Las hadas de los broches y colgantes modernistas, generalmente, se representaban de cuerpo entero, con vestidos largos, sugiriendo

LAS LÍNEAS CURVAS Y LOS
MOTIVOS NATURALES DE LAS
JOYAS MODERNISTAS PERMITEN
UNA BUENA COMBINACIÓN
CROMÁTICA DE FLORES, PLANTAS,
PAISAJES Y ANIMALES



movimiento y con una perla o un diamante en forma de colgante. En todo caso, se aprovecha la figura de la mujer para reproducir las formas curvas tan presentes en este nuevo estilo.

Otras piezas representan las mujeres con el pelo recogido y sostenien-

do entre sus manos un diamante, una perla o una piedra preciosa, conformando un nuevo cuadro repleto de ondulaciones. Han conseguido un gran éxito también las piezas con busto femenino de perfil enmarcado en una estructura circular o cuadrada.

Los detalles se cuidan en este tipo de joyas hasta la saciedad. La sola cabeza de la mujer entraña en ella misma diferentes posibilidades. Más allá del tipo del recogido del pelo, o de la longitud de su cabellera, a menudo aparece con una cofia en la cabeza decorada con pedrería, detalle de una gran riqueza ornamental. Estos bustos se encuentran, por ejemplo, como motivo del tema central en la serie de las holandesas de Lluís Masriera. Se trata, en este caso, de unas piezas de gran relevancia que a partir de 1908 conocieron una gran difusión y tuvieron como consecuencia diferentes encargos, por lo que la serie perduró hasta finales de 1912. Hoy en día se pueden ver en los Libros de Taller de la firma.

EL REFINAMIENTO ARTÍSTICO SUPERA EN VALOR A LOS MATERIALES UTILIZADOS

Desde que aparecen las primeras piezas, los colgantes con figuras femeninas se hacen populares entre los joyeros de la época.

Pueden aparecer representadas oliendo una flor, o en actitud melancólica delante de una puesta de sol. Más allá de la situación en la que son enmarcadas, es imprescindible destacar el gran trabajo que entrañan todas estas piezas.

En algunas ocasiones, se puede ver el arte por las dos caras de la pieza con tal perfección que es difícil distinguir cual es la cara principal de la joya, puesto que el anverso y el

reverso presentan modificaciones de la figura femenina gracias al excelente cincelado del diestro artesano. Estas piezas son una demostración de que el refinamiento artístico supera en valor a los materiales preciosos utilizados, reiterando que el verdadero carácter precioso de la joya no residía únicamente en el alto coste de materiales de gran valor, sino en la originalidad del diseño, su cuidada ejecución técnica y su capacidad de conectar con el espíritu de su tiempo.

La inspiración del joyero modernista en motivos naturales no es ajena al cambio social del momento. La afición por la naturaleza está también presente en el imaginario de la sociedad, y el joyero sólo se encarga de plasmar el gusto por el mundo floral y la fantasía del bosque y de sus habitantes, tanto reales como pájaros, libélulas, abejas, ranas y serpientes, como magníficos, véase hadas, duendes y dragones alados, en las piezas ornamentales que la alta sociedad se encargará de lucir.

Si en literatura el Modernismo nos traslada a países imaginarios y lugares exóticos, las joyas no están nada lejos de estas constantes. La joya

UNA DE LAS CARACTERÍSTICAS
FUNDAMENTALES ES LA
INTRODUCCIÓN DE LA TÉCNICA Y LA
MODERNIDAD COMO TEMA
REPRESENTADO

modernista es un paseo por un jardín fantástico, poblado de flores delicadas, ninfas e insectos inquietantes, sobrevolado por aves exóticas y pájaros cotidianos, donde la naturaleza se ofrece como promesa de felicidad.

Otra característica del Modernismo en las distintas ramas artísticas es la introducción de la técnica y la modernidad como tema representado. Así, una joya a destacar en este ámbito es el colgante de Lluís Masriera llamado *Aeroplano sobrevolando Barcelona*. Se trata de una pieza que lleva a un paisaje familiar para el autor, puesto que reproduce una vista de Barcelona. En esta joya hay una combinación de un pájaro natural con un pájaro mecánico, símbolo del progreso, metáfora todo ello de una convivencia armónica entre naturaleza y artefacto.



EL ARTE DEL MOVIMIENTO

Otra de las características de la joya modernista es, sin duda, su capacidad para simular movimiento.



Se pretende deslumbrar con las representaciones más sutiles de la naturaleza, pero no se trata de una representación estática, ya que se consigue desde una hoja movida por el viento hasta el aleteo del más ínfimo insecto. Se ven dragones y toda clase de reptiles, como serpientes y lagartijas, doblándose en actitud de morderse la cola, o también aguiluchos fantásticos que entre el pico exhiben una perla o una piedra preciosa. Les siguen las aves y, sobre todo, los insectos, con las libé-

lulas como protagonistas, que permitirán desplegar la técnica del esmalte translúcido para recrear la transparencia y el estallido de luz a través de sus alas extendidas.

Es de gran importancia también destacar la introducción del color, y es que en el Modernismo era habitual la figura del artista total –cultivador de distintas disciplinas–, como Lluís Masriera, que destacó también como pintor. Esta condición le permitió, a menudo, crear con éxito atrevidos contrastes de colores en sus piezas, especialmente sus broches con libélulas.

Y es que las joyas con libélulas del Modernismo catalán reúnen la armonía del diseño y la habilidad en la técnica del esmalte translúcido con tal perfección que se las considera el motivo principal de los broches a partir de 1900. Son importantes también los broches con variación de aves, que en el despliegue de su cola recuerdan la elegancia del pavo real. Los lujosos plumajes de aves exóticas permiten orquestar las más seductoras combinaciones de colores, demostrando el gran dominio del esmalte.

Lluís Masriera introduce una nueva técnica a la joyería y es que, ade-

LA INTRODUCCIÓN DEL COLOR
PERMITIÓ CREAR CON ÉXITO
ATREVIDOS CONTRASTES EN LAS
JOYAS MODERNISTAS



más de representar movimiento en las figuras fijas, se encarga de crear piezas articuladas en algunos de sus broches. En insectos, especialmente abejas y libélulas, diseña partes de la pieza flexibles, exaltando así el movimiento de los animales. El joyero consigue que las alas simulen un movimiento que le da un cierto dinamismo con el que consiguió un gran éxito. Estas joyas, además, permitían aprovechar la técnica del esmalte translúcido para recrear la transparencia y el paso de la luz a través de sus alas extendidas, consiguiendo su máximo resplandor, ya que la iridiscencia de las alas ofrece una visión distinta de la pieza según pase la luz a través de ellas.

EL ARTE JAPONÉS

En cuanto a sus influencias, el arte japonés fue decisivo para la consolidación del lenguaje de la joyería modernista y para el ámbito general de la ornamentación con motivos florales.

El descubrimiento de los estilos orientales insiste en la exaltación de la naturaleza, puesto que la representación floral ocupa un papel importante en el Modernismo, mostrando flores y hojas interpretadas casi con rigor científico, y resaltando el detalle de una flor o un insecto minuciosamente observado.

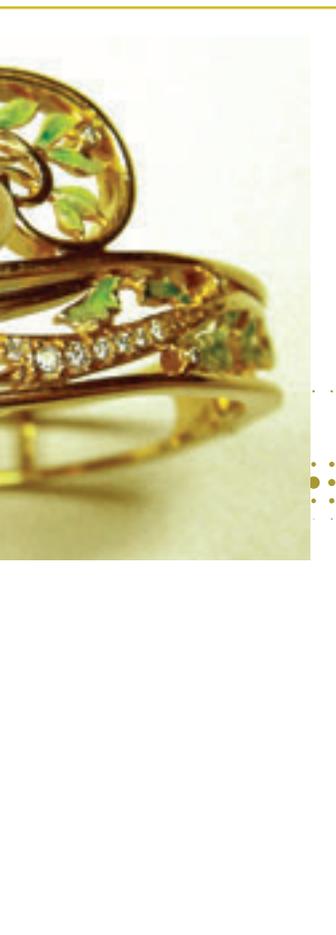
A menudo, el tema del paisaje se observa en bróches, pulseras, agujas de corbata, pasa pañuelos, abanicos, sombrillas y, especialmente, en peines, horquillas y diademas para el pelo. Estos peines se usaban como ornamento de pelo y también para sujetar la mantilla española. El Modernismo, así pues, nos dejó una colección de

espléndidos peines decorativos y adornos para el cabello. Se quería, así, hacer un homenaje a la cabellera femenina, símbolo erótico de la mujer y fuente de inspiración desde siempre.

Y si los adornos para el pelo son ejemplares exquisitos ornamentados con motivos florales, también recibieron una atención privilegiada las hebillas de los vestidos, puesto que la burguesía de la época adornaba también su indumentaria con piezas de gran valor artístico. Estos ornamentos, que no sólo eran para las mujeres, sino también para los hombres, muestran que, además de ser piezas decorativas, tenían una cierta utilidad en la vida diaria.



PEINES DECORATIVOS Y HEBILLAS DE LOS VESTIDOS SE CONVIERTEN EN EXQUISITOS EJEMPLARES DE LA JOYERÍA MODERNISTA



MOTIVOS RELIGIOSOS

Más allá de la flora, la fauna, la representación de la mujer y las influencias del arte japonés, queda todavía otra área temática modernista para destacar, aunque en menor medida, los motivos religiosos.



Si bien los temas religiosos fueron poco frecuentes en la joyería *Art Nouveau* europea, no fue así en el Modernismo catalán, ya que se realizaron gran cantidad de medallas, generalmente por encargo de la burguesía catalana, que quería lucirlas el día de la primera comunión.

Debido al relativo modesto precio

de estas joyas religiosas, en Cataluña hubo bastante producción, por lo que hoy en día, no es excepcional encontrar alguna de ellas en nuestros Montes. Pueden ser medallas sencillas o hasta en forma de retablo, representadas en tríptico, pero siempre dominando el elemento pictórico, poco frecuente en la joyería religiosa.

VIDRIO, MARFIL Y, SOBRE TODO, EL ESMALTE *PLIQUE-À-JOUR*

La nueva joyería de René Lalique y sus seguidores se elaboraba con atrevidas combinaciones de materiales preciosos clásicos y otros nuevos, ignorados hasta el momento.

El atractivo de la joya modernista se basa, pues, en esta nueva y original mezcla. Por supuesto, los materiales tradicionales como los diamantes, los zafiros, los rubíes y las perlas también se utilizaban, pero pasaron a un uso restringido y de pequeño tamaño. En lo que a diamantes se refiere, se usaban en talla rosa y básicamente como complemento para subrayar la pieza. Los podemos ver enmarcando la joya, generalmente en forma de círculo o formando una pequeña diadema sobre el pelo rizado de una ninfa.

Si buscamos cuáles son los materiales introducidos con el nuevo estilo modernista o que toman una importancia aún nunca vista, es el momento de hablar por ejemplo del vidrio. Este puede ser mate, brillante, transparente u opaco, según la función que el joyero quiera asignarle en el conjunto. Otras novedades son, sin duda, el cuerno, un material barato que permite teñirse por ser poroso, el carey, fácil de trabajar, el marfil o el nácar. Si hablamos de las perlas, en el Modernismo las encontramos, sobre todo, rematando la pieza. Como nuevas gemas se introducen principalmente las que tienen aspectos ópticos cambiantes, como

EL ESMALTE PLIQUE-À-JOUR,
TRANSLÚCIDO, GRACIAS A SU
EFECTO VIDRIERA, PERMITE
UNA IMPORTANTE
GRADACIÓN DEL COLOR Y
QUE LA LUZ PASE A TRAVÉS



la piedra luna, los ópalos blancos y negros, los granates, los olivinos, etc.

Todos estos nuevos materiales, sin embargo, están presididos por el buque insignia del Modernismo, al que se le da una atención privilegiada: el esmalte *plique-à-jour*. Este esmalte triunfó por ser translúcido, con un efecto vidriera que permite una importante gradación de color y una gran posibilidad de que pase la luz a través. En comparación con el destello incoloro de las joyas con brillantes, el color representaba un elemento pictórico vinculado a la emoción poco frecuente en una joya.

Todos estos materiales se montaban en oro y, algunas veces, en plata, pero raramente en platino, puesto que el Modernismo abandona este metal, que no veremos de nuevo hasta alrededor de 1920, con unas piezas tardías que servirán de entrada al nuevo estilo *Art Decó*.

JOYAS ÚNICAS Y MOLDES DE TRABAJO

La joya del *Art Nouveau* no se puede calificar de popular, puesto que su producción era cara y laboriosa, pero precisamente por eso llamaba mucho la atención del público burgués, convirtiéndose en un arte de élite.

El Modernismo catalán, con Lluís Masriera al frente, introduce una nueva concepción técnica de la pieza, combinando dos maneras de concebir una joya. Por un lado, la pieza única, trabajada a mano, con calados y cincelados. Esta opción estaba valorada, claro está, con un precio más elevado y respondía generalmente a encargos concretos que hacía la alta burguesía para lucir en sus fiestas privadas o en el Liceu. Por otro lado, las joyas destinadas a poder ser repetidas, aunque con pequeñas variaciones. Aquí, el mismo dibujo permitía incorporar la mecanización a través de la acuñación y el fundido. Esto genera un crecimiento del volumen de trabajo, que Lluís Masriera soluciona ideando un complejo sistema de producción. El artista catalán consideró la posibilidad de seriar piezas, usando moldes, para ofrecer versiones distintas de una misma joya, eso sí, individualizándola siempre con sumo cuidado en los acabados. En esta opción, una parte de la estructura de la pieza se hacía de forma mecánica, por ejemplo el cuerpo de las libélulas o las figuras corpóreas, mientras que otra parte se hacía manualmente,

PIEZAS SERIADAS, USANDO
MOLDES, PARA OFRECER
DISTINTAS VERSIONES DE
UNA MISMA JOYA,
INDIVIDUALIZÁNDOLAS
CON SUMO CUIDADO EN
LOS ACABADOS



como el clavado, esmaltado, cincelado o pulido. Esta combinación permitía llegar comercialmente a capas sociales diversas, puesto que el precio disminuía cuando se aplicaba esta ligera mecanización.

Así, como filosofía de trabajo, el Modernismo rechazó, por una parte, la alienación del trabajador en la época industrial, ya que éste debía volver al entorno del taller artesano; pero, por otra parte, se aprovechó

de unos procesos industriales mostrando que podían adaptarse de manera inteligente y cuidada, a fin de llevar la nueva joyería a un público más amplio. Los Masriera fundían así arte e industria. A partir de este momento, el público se volcó de manera masiva en la admiración y compra de estas piezas, que fueron adquiriendo a medida de sus posibilidades, tanto los particulares como los museos de toda Europa.

Gracias a estos moldes, actualmente, se reeditan algunas de estas piezas. Aunque la técnica que se emplea hoy es diferente, el resultado de una buena reedición es de gran calidad. Y a pesar de que las piezas antiguas originales tienen un enorme valor por sus magníficos calados y cincelados, estas nuevas piezas se venden a precios más módicos en todo el mundo, siendo los japoneses los principales compradores.



PIEZAS TARDÍAS

Pese a su enorme
calidad, el arte modernista,
en lo que a las joyas se refiere,
no duró excesivamente.

Las piezas que encontramos forjadas a partir de 1915 empiezan ya a distar de las características principales de lo que hemos venido exponiendo hasta ahora. Un nuevo estilo se asoma de prisa, con sus propias características, es el *Art Decó*.

A pesar de esto, como suele pasar en estos periodos de transición, podemos calificar de piezas tardías un buen número de joyas que mezclan atributos de ambos estilos. Son piezas con menos carga romántica que sus pre-

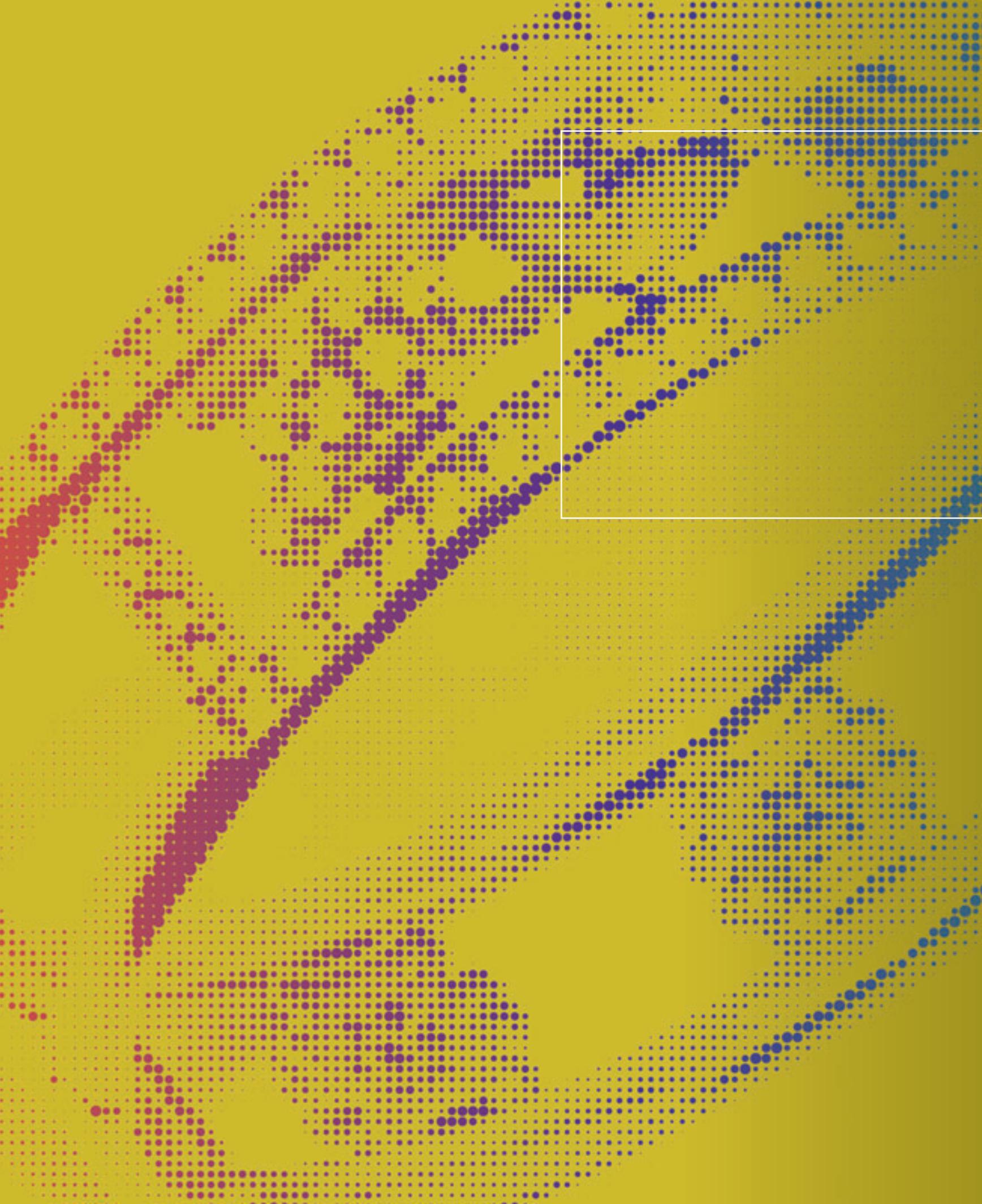
decesoras y con un aire más clásico. Hay una *geometrización* y simetría de la figura femenina, típica del estilo venidero. En cuanto a lo que a materiales se refiere, ahora sí que podemos empezar a ver la introducción del platino, material por excelencia del *Art Decó*.

El *Art Decó* introduce un nuevo gusto estético, acorde con los gustos de la sociedad cambiante. En contraposición con el pasado modernista, basaba sus elementos decorativos en el gusto por la línea recta y las formas cubistas que acabarán también imponiéndose en el campo de la joyería, destacando de nuevo el diamante como principal protagonista.

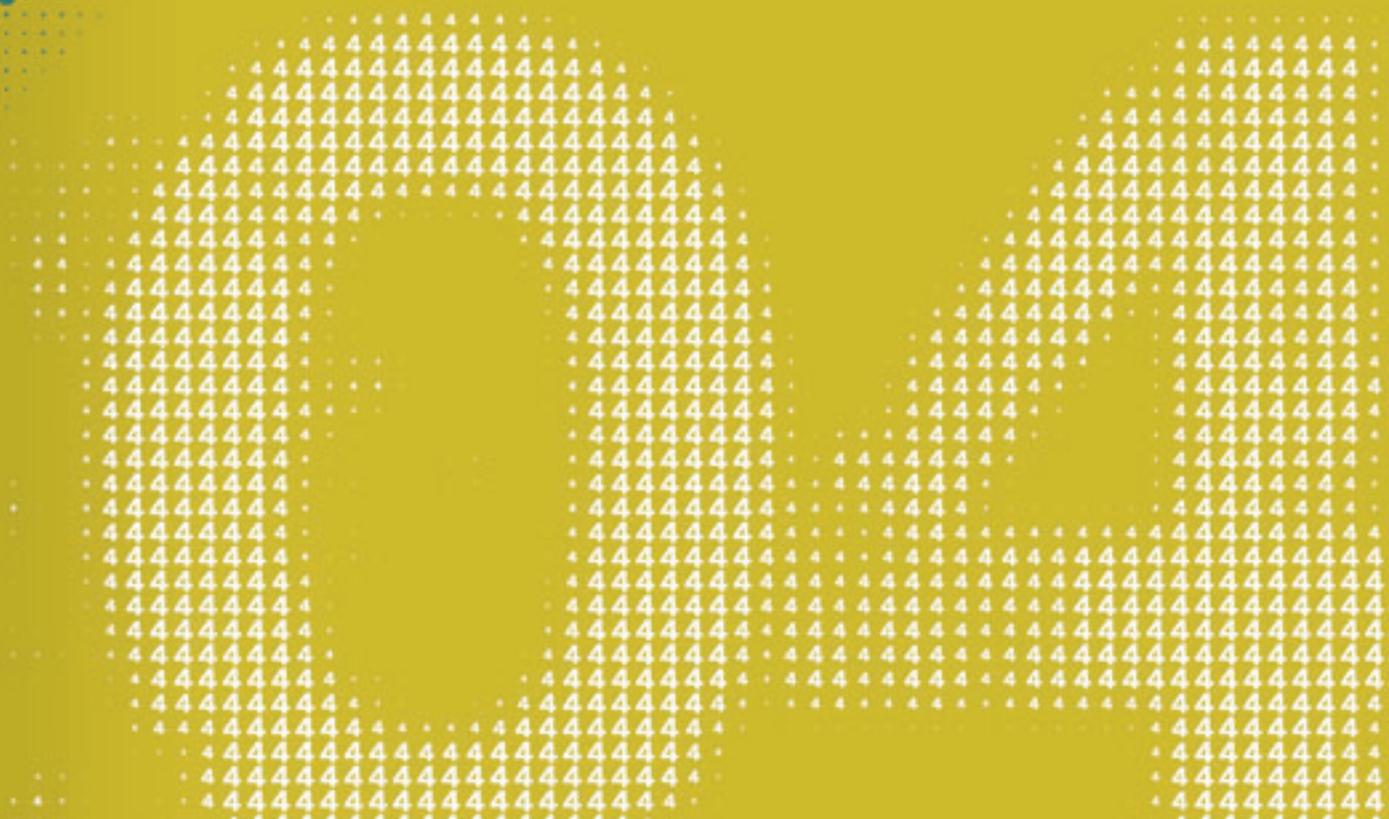
Gracias al impulso generado a partir del Modernismo, la joyería se ha convertido en un estimulante campo de investigación plástica y conceptual. Los orfebres modernistas apostaron por la capacidad expresiva de la joyería, demostrando su capacidad de conectar con el espíritu de su tiempo. Por lo que se puede concluir diciendo que fueron unos años irrepetibles, en los que unos artistas arriesgados apostaron por una estética que les permitió escribir su propia página en la historia.



GRACIAS AL MODERNISMO, LA
JOYERÍA SE HA CONVERTIDO EN UN
ESTIMULANTE CAMPO DE
INVESTIGACIÓN PLÁSTICA Y CONCEPTUAL



El Sector en 2009



ESTADÍSTICAS BÁSICAS DEL EJERCICIO

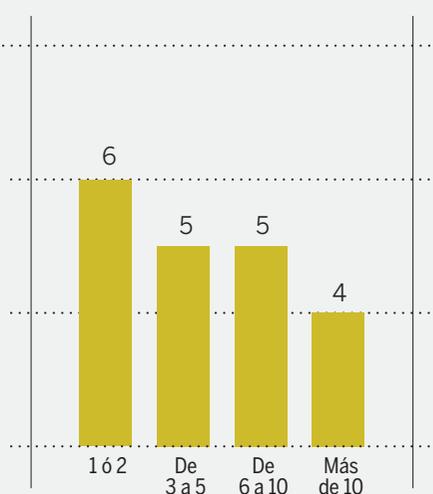
La actividad de los Montes de Piedad en 2009 ha estado marcada, nuevamente, por la crisis económica y por la evolución al alza del precio del oro. Esto se ha traducido, por un lado, en un ligero incremento del número de operaciones y, por otro, en un aumento mucho mayor de los volúmenes. Este último aspecto, determinado principalmente por la alta cotización del oro, también se ha visto influido por la incorporación a la base de clientes de los Montes de personas más jóvenes y de mayores recursos económicos. La crisis también se ha notado en la recuperación de las garantías, que desciende ligeramente, aunque sigue siendo la opción mayoritaria (92 por ciento) de los clientes.



Personal del Monte de Piedad	Directivos	Técnicos	Administrativos	TOTAL
	De plena dedicación	22	56	56
De dedicación parcial (*)	3	2	3	8
Eventual (*)	0	0	0	0
TOTAL	25	58	59	142
			de los que Tasadores (*)	70

(*) Ponderados por la proporción de tiempo trabajado sobre la jornada normal.

Empleados por Monte de Piedad



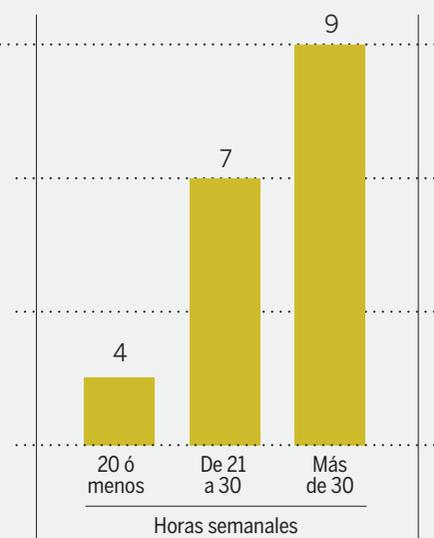
Los Montes de Piedad son instituciones crediticias pertenecientes a las Cajas de Ahorros. Sus operaciones, como hace más de trescientos años, son pignoraticias. En la actualidad mantienen viva su actividad veintiuno, de los veinticinco que pertenecen a la razón social.

Un total de 142 empleados conforman la plantilla de los Montes de Piedad de las Cajas de Ahorros, entre directivos, técnicos, administrativos y tasadores. Un 13,6 por ciento más que el número de empleados del año anterior. Todas las categorías han experimentado evoluciones, pero donde ésta es especialmente positiva es en el gremio de los tasadores, que han pasado de 55 en 2008 a 70 en 2009.

Otros datos de interés

	2009	Evol 2009/08
Horas semanales de apertura	28	-0,09%
Periodos por los que se conceden y/o renuevan los préstamos (meses)	12	-8,85%
Porcentaje de importes prestados sobre tasaciones	70,5	-0,70%
Número de clientes con préstamos vigentes a fin de año	226.056	11,91%
Número de clientes nuevos en el año	47.288	51,21%

Nº de Montes que abren



El número de empleados depende del volumen de negocio de los diferentes Montes de Piedad, en función de este se puede observar desde entidades con un único empleado hasta las que cuentan con 35. Lo mismo ocurre con la figura de los tasadores, con un mínimo de un tasador por Monte y hasta catorce en el que más. En aquellos Montes de Piedad con un único empleado, éste desempeñaría todos los roles, pudiendo estar, en algunos casos, determinadas funciones externalizadas.

La actividad típica del Monte de Piedad también determina el horario de apertura, que se sitúa en tor-

no a una media de veintiocho horas semanales, con un máximo de cuarenta horas de atención al público. En este computo no se incluyen las horas dedicadas a las celebraciones de subastas presenciales, 104 durante el ejercicio de 2009.

Se observa menor diferencia entre los Montes de Piedad en lo que concierne a los periodos de concesión y el porcentaje de importe prestado sobre las tasaciones. A este respecto, la mayoría de los Montes de Piedad hacen concesiones del setenta por ciento de la tasación, por un tiempo de doce meses.



PERFIL DEL CLIENTE

Al cierre del ejercicio de 2009 el número de clientes vigente era de 226.056, un doce por ciento más que en 2008. En este sentido, cabe precisar que se considera como tal aquella persona o entidad con uno o más préstamos vigentes.

Fueron 47.288 los clientes nuevos al cierre de 2009, con un incremento respecto al anterior ejercicio por encima del cincuenta por ciento. Con este incremento, los nuevos clientes representan el veintiuno por ciento de la cartera total.

En el pasado ejercicio, el número de clientes nuevos y vigentes a final de año, alcanzó cifras históricas desde que se tienen datos.

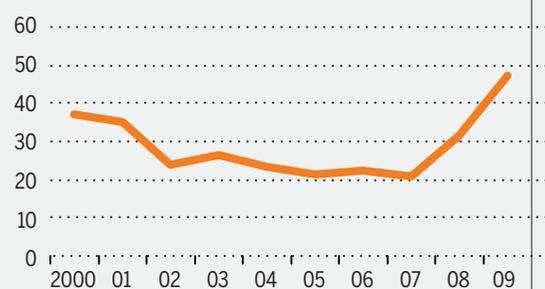
El crecimiento de los nuevos clientes es especialmente marcado desde el año 2007, alcanzado su máximo en 2009.

De igual forma, la cifra total de clientes vigentes a final de año es la más acusada del histórico.

EN EL AÑO 2009 DESTACÓ EL NÚMERO DE CLIENTES NUEVOS, UN 50% MÁS, EL MAYOR INCREMENTO DESDE QUE SE TIENEN DATOS

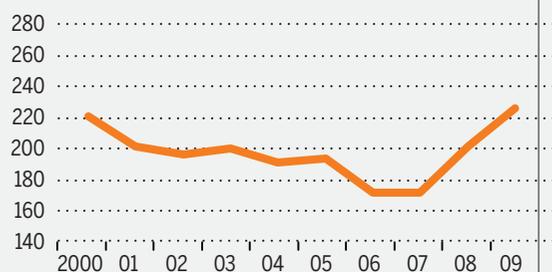
Nº de clientes nuevos al año

En miles.



Nº de clientes vigentes a final de año

En miles.





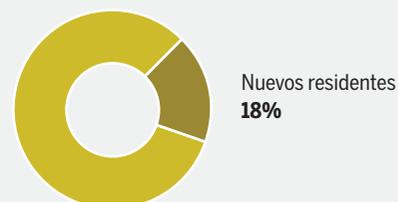
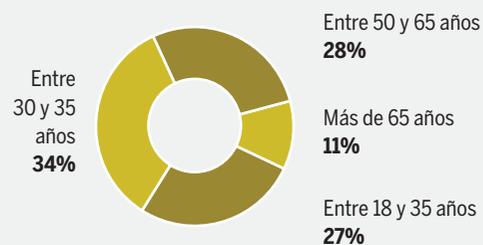
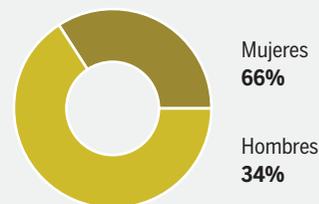
EL TRAMO DE CLIENTES DE MAYOR EDAD ES EL QUE MENOS OPERACIONES CONCENTRA, MIENTRAS QUE EL DE LOS MÁS JÓVENES CRECE DOS PUNTOS EN EL AÑO

Atendiendo al detalle del perfil del usuario, se puede observar como nuevamente el porcentaje de mujeres es notablemente superior al de los hombres, 66 por ciento para las primeras y 34 por ciento para los segundos. Patrón tradicional en los Montes y que también se da en otro tipo de préstamos, como pueden ser los microcréditos sociales.

Por tramos de edad, la distribución de los porcentajes es muy similar a la del anterior ejercicio. El tramo que comprende a las personas de mayor edad, de 65 años en adelante, soporta el mismo peso que en el anterior ejercicio, un once por ciento del total de los clientes, siendo nuevamente el menor de los tramos.

El de las personas más jóvenes, de 18 a 35 años, crece dos puntos porcentuales, situándose en un veintisiete por ciento. Estos dos puntos, los pierden, uno cada uno, los grupos intermedios, de 35 a 50 y de 50 a 65 años, con porcentajes de 34 y 28 por ciento, respectivamente.

Perfil del Cliente



Los intervalos de edad, de los clientes de los Montes de Piedad, resultan muy equilibrados, a excepción de aquellas personas que superan los 65 años. Se ha podido observar cómo con el paso de los años, los tramos de edad más avanzada, a partir de los 50 años, han ido perdiendo peso en la distribución, de formar paulatina y mantenida.

El porcentaje de clientes extranjeros residentes se sitúa en 2009, al igual que en el pasado ejercicio, en un dieciocho por ciento del total, consolidándose como uno de los sectores importantes dentro de los clientes de los Montes de Piedad.

Esta estabilidad en los perfiles de los clientes de los Montes da una idea de que su actividad no atiende a modas, aunque si se ve afectada por la coyuntura, sobre todo económica.



CARACTERÍSTICAS DE LOS PRÉSTAMOS

El ejercicio de 2009 se cierra con 426.459 operaciones en vigor, por un valor de 221.509 miles de euros. Esto ha supuesto, en relación a 2008, una evolución superior al dos por ciento en el número de préstamos, con un incremento de 9.280 operaciones, y más de un siete por ciento en el volumen económico, casi quince millones más de euros.

Este saldo final es el resultado de los préstamos concedidos, los renovados y los cancelados a lo largo de todo el ejercicio. Llama la atención el número de cancelaciones que crece por encima del resto de las operaciones, un dieciocho por ciento, frente a las concesiones, que descienden ligeramente; a pesar de lo cual, la cantidad de estas últimas sigue siendo superior a las de las cancelaciones, 272.816 nuevas pignoraciones en 2009, frente a 263.526 cancelaciones. A esto hay que añadir los préstamos que han sido renovados a lo largo del pasado año, 152.028, un 9,22 por ciento más que en el anterior ejercicio.

Nuevamente se registran durante el ejercicio de 2009 cantidades históricas, tanto en número como en volumen de las operaciones en vigor.

Operaciones realizadas en el año 2009	2009		Evolución 2009 / 2008	
	Número	Miles de euros	Número	Miles de euros
SALDO A 31 DE DICIEMBRE 2008	417.179	206.687		
Préstamos concedidos	272.816	137.811	-0,46%	5,46%
Préstamos renovados	152.028	84.278	9,22%	16,45%
Préstamos cancelados y vendidos	263.526	122.943	18,11%	27,12%
Diferencia en el año	9.280	14.822		
SALDO A 31 DE DICIEMBRE DE 2009	426.459	221.509	2,22%	7,17%



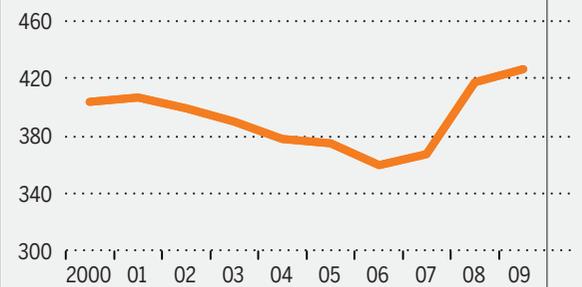
EL IMPORTE MEDIO DE LOS PRÉSTAMOS SE SITUÓ EN 505 EUROS, LIGERAMENTE POR ENCIMA DE LA MEDIA DEL AÑO ANTERIOR

Atendiendo a las operaciones concedidas, la evolución a lo largo de los años da cuenta de un repunte hacia cantidades que no se registraban desde comienzos de la presente década. Esta evolución no va pareja a la del saldo de las concesiones, que sí que ha descrito una trayectoria de continuo aumento en todo este tiempo.

Una de las características más identificativas de la actividad de los Montes de Piedad es su capacidad para prestar pequeñas cuantías, que en algunos casos van desde los cincuenta euros, siendo la cantidad media concedida de 505 euros. Cabe decir, en este sentido, que más del 75 por ciento de las operaciones concedidas en 2009 no superan los seiscientos euros.

Histórico de operaciones en vigor

En miles de operaciones



Histórico de saldo

En millones de euros



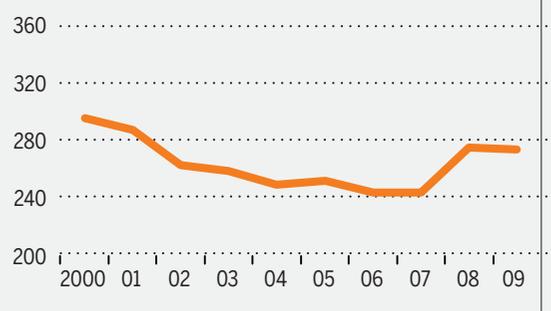


Las operaciones concedidas por cantidades superiores a los 3.000 euros siguen siendo, con diferencia, el intervalo menos numeroso, con un 1,40 por ciento del total de la distribución, aunque en 2009 presentan el incremento más alto de todos los grupos.

Atendiendo a las cantidades totales, se puede observar como las nuevas operaciones, 272.816, se mantienen en términos muy similares a los del anterior ejercicio, mientras que el volumen en euros creció en 2009 un 5,46 por ciento respecto a 2008. De lo cual se extrae que se está concediendo más cantidad de dinero por cada prestación. En 2009 se concedió, de media, veintiocho euros más por cada préstamo.

Histórico de operaciones concedidas

En miles de operaciones



Histórico de desembolsos

En millones de euros





MÁS DEL 75% DE LOS PRÉSTAMOS
CONCEDIDOS EN 2009 NO SUPERAN
LOS 600 EUROS

Clasificación
de los préstamos
concedidos
en el año

	Número de préstamos	% de distribución	Evolución 2009/2008
Intervalos			
Hasta 150 euros	52.783	19,35%	-12,84%
De 150,01 a 300 euros	75.736	27,76%	-4,14%
De 300,01 a 600 euros	77.984	28,58%	3,82%
De 600,01 a 1.500 euros	52.547	19,26%	9,46%
De 1.500,01 a 3.000 euros	9.958	3,65%	7,62%
Más de 3.000 euros	3.807	1,40%	79,30%
TOTAL	272.816	100,00%	-0,46%
	Importes en euros	% de distribución	Evolución por importe 09/08
Intervalos			
Hasta 150 euros	5.349.519	3,88%	-14,15%
De 150,01 a 300 euros	16.358.217	11,87%	7,93%
De 300,01 a 600 euros	37.739.322	27,38%	16,22%
De 600,01 a 1.500 euros	46.686.738	33,38%	5,97%
De 1.500,01 a 3.000 euros	19.837.403	14,39%	5,38%
Más de 3.000 euros	11.840.085	8,59%	4,60%
TOTAL	137.811.283	100%	5,46%
Importe medio por préstamo en euros	505		

Baremo de precios por gramo en el año		
	Precio medio	Evol 2009/08
Oro fino	9,92	23,53%
Trabajos en oro 750/1000	8,05	19,36%
Monedas de oro y plata	9,33	18,76%
Plata fina	0,85	54,55%
Trabajos en plata 800/1000	0,48	11,63%

En euros con dos decimales

Tasaciones		
	Precio medio	Evol 2009/08
Nº de tasaciones (incluidas retasas)	313.074	20,39%
Nº de piezas tasadas	1.106.987	6,66%
Peso en gramos de las joyas tasadas	10.892.628	17,13%
Peso en quilates de los diamantes tasados	13.848	6,65%

PRÉSTAMOS PIGNORATICIOS CON GARANTÍA PRENDARIA

Los préstamos de los Montes de Piedad pertenecen al denominado crédito prendario, es decir, están garantizados con prendas. Se trata de oro, o de joyas elaboradas con metales o piedras preciosas que cotizan en los mercados internacionales. Por esta razón, los Montes de Piedad cuentan con profesionales técnicos que se encargan de la tasación y valoración de las piezas, asegurando en todo momento la transparencia en el proceso, dado que se trata de expertos en la materia.

No hay valores estandarizados en las tasaciones, cada Monte de Piedad, y en consecuencia cada tasador, calcula el valor que en cada momento puede ofrecer al cliente. En este sentido, las tasaciones del oro y de la plata vieron incrementadas el valor del precio medio respecto a 2008, con notables incrementos.

El trabajo de los técnicos, realizando las tasaciones y valoraciones del peso de los materiales, ayuda a completar la explicación de las actividades de los Montes de Piedad. Entre

los veintinueve Montes activos en 2009, tasaron en el territorio español un total de 1.106.987 piezas a lo largo del ejercicio, con un peso en joyas tasadas que aproximó a las once toneladas y casi alcanzó catorce en quilates de diamantes tasados. Estas cifras reflejan importantes aumentos tanto en el número de piezas tasadas, como en los pesos de las piezas.

Ventas en subastas

	2009	Evol 2009/08
Nº de subastas celebradas en el año (incluidas subastas conjuntas)	104	-3,70%
% de sobreprecio obtenido en las subastas	62,6	49,05%

LAS SUBASTAS

En 2009 se celebraron 104 subastas, incluidas las subastas conjuntas, cuatro menos que en el pasado ejercicio, con un aumento en el sobreprecio obtenido de casi el cincuenta por ciento, alcanzando así un 62 por ciento en el sobreprecio de las piezas subastadas.

Esta cantidad se devuelve al propietario de la joya subastada, una vez liquidado el préstamo y los intereses correspondientes.

En 2009, de todas las garantías empeñadas por los clientes de los Montes de Piedad, sólo el ocho por ciento salió a subasta, el 92 por ciento restante fue recuperado por los clientes o el empeño fue renovado.

La actividad de los Montes se destaca de los negocios de compra-venta de joyas o de las casas de empeño gracias a esta forma de proceder; aunque no es la única práctica que marca la diferencia, pero sí pone de manifiesto con más claridad la radical diferencia existente entre una actividad pensada para favorecer el acceso al crédito y otras concebidas exclusivamente con ánimo de lucro.



Otros servicios del Monte

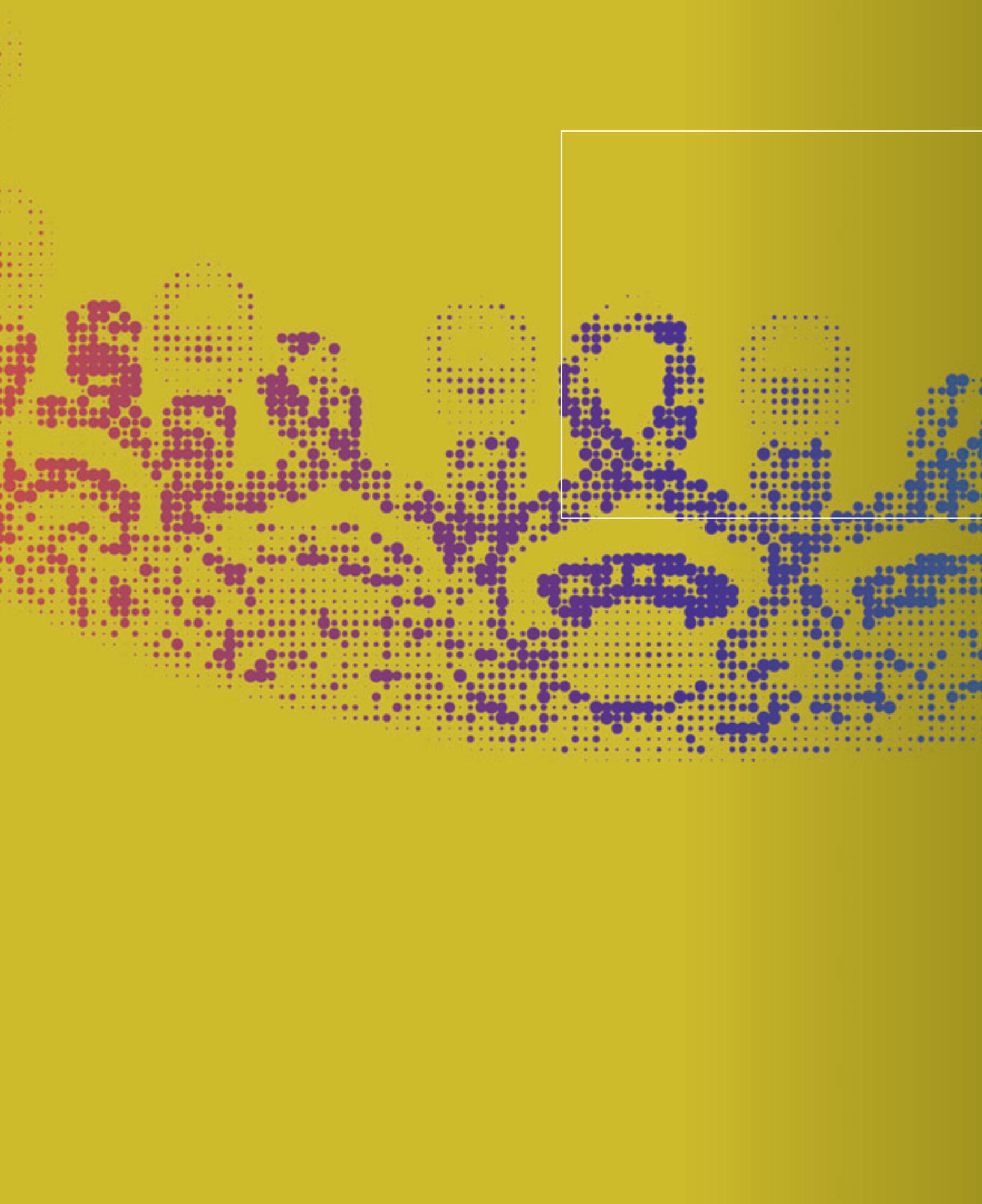
	2009	Evol 2009/08
Recuperación morosidad/fallidos (en euros)	997.444	55,47%
Nº de tasaciones para clientes	308	-18,09%
Nº de expedientes de defunción y testamentarias tramitadas	512	39,89%

Además de la actividad fundamental del crédito prendario, los Montes de Piedad prestan otros servicios, tanto a los clientes como a otras áreas de las Cajas de Ahorros, tales como operaciones de recuperación de morosidad. Durante el ejercicio de 2009, estas intervenciones superaron los 997.444 euros de importe que, si bien no tienen un gran valor desde el punto de vista económico, sí representan una solución acordada y muy satisfactoria tanto para la entidad como para el cliente, en casos de morosidad en otras operaciones de crédito.

Otras gestiones de notable complejidad para los clientes y que son resueltas de manera muy satisfactoria por los Montes, dada su experiencia acumulada, son las testamentarias, especialmente aquellas que cuentan con cuantiosos legados en joyas u otros objetos de valor.

Ventas en subastas en el año 2009

	Número	Miles de euros	Evolución 2009 / 2008	
			Número	Miles de euros
GARANTÍAS VENDIDAS	34.275		46,85%	
En subastas	31.272		34,08%	
Por otros medios	3.003		18.668,75%	
IMPORTES EN SUBASTAS				
Importe de los préstamos		11.541		27,49%
Importe de salida en subasta		16.248		21,62%
Importe obtenido en las pujas		22.963		31,70%
Diferencia [obtenido-prestado]		11.422		36,23%



Los Montes de Piedad en España



Bancaja

CAJA DE
AHORROS DE
VALENCIA,
CASTELLÓN Y
ALICANTE

El 2009 ha sido un ejercicio con tendencias muy diferenciadas. Durante el primer semestre del año continuó el elevado ritmo de crecimiento de la actividad de 2008. A lo largo del segundo semestre se produjo un cambio de tendencia hacia la estabilización, en parte debido al incremento de la actividad de los compradores de oro y su incesante acción sobre los clientes habituales del Monte de Piedad.

NÚMERO DE PRÉSTAMOS	
Concedidos	21.240
Renovados	13.607
Cancelados	20.425
En vigor	29.088
Importe medio. (Euros)	
Número de clientes	17.548
Clientes nuevos	465
TASACIONES	
Nº Tasaciones (incluidas retasas)	34.947
Peso en gramos de las joyas tasadas	
BAREMO DE PRECIOS POR GRAMO	
Oro fino	
VENTA DE SUBASTAS	
Nº de subastas celebradas en el año (incluidas conjuntas)	7
Diferencia de importe (obtenido-prestado). Miles de euros	488
% Sobreprecio obtenido en subastas	
OTROS DATOS DE INTERÉS	
Periodos de concesión	12
% préstamo/tasación	60
% de las garantías recuperadas	100
Horas de apertura	30
Total empleados	11
(De los que) tasadores	7

El resultado, no obstante, es de 34.947 préstamos del Monte de Piedad, facilitados por un importe total de 18.320.000 euros, lo que representa un incremento del volumen de los préstamos del 8,28 por ciento respecto a 2008.

Se ha mantenido la tipología de cliente de este tipo de crédito doméstico, siendo habitual el que una sola persona sea titular de varios préstamos que van resolviendo necesidades puntuales y que, con frecuencia, son cancelados anticipadamente.

Durante 2009 se ha observado un incremento del cliente nacional, de clase media, que no utilizaba los servicios del Monte de Piedad y que también ha pasado a ser recurrente, dada la facilidad de acceso a este tipo de préstamo.

La morosidad se contuvo y también se mantuvo el porcentaje de salida de prendas a subasta en torno al cinco por ciento de la cartera (4,76 por ciento en 2008). Las situaciones de impago se han contenido, a pesar de la crisis, gracias a la intensificación de las gestiones de preaviso de operaciones, así como a la revisión al alza de los valores de tasación y la negociación de renovaciones.

SUBASTAS

Otro de los objetivos del ejercicio 2009 ha sido incrementar la afluencia de público a las subastas presenciales con el fin de generar mayor demanda y, por tanto, incremento de pujas y elevación de los precios de remate; todo ello en beneficio del prestatario, propietario de los bienes liquidados y, por tanto, de los restos a su favor que se generen.

A pesar de la situación generalizada de crisis de compradores en el Sector, las acciones realizadas: mejoras de infraestructura, mejoras técnicas y acciones comerciales (presentación, sorteos, regalos, etc.) han dado resultado y han permitido la venta del cien por cien de los lotes y la generación de 488 mil euros de restos a favor de los prestatarios.



UN TOTAL DE 34.947 PRÉSTAMOS POR UN IMPORTE DE 18,32 MILLONES DE EUROS, CON UN INCREMENTO DEL VOLUMEN DE LOS PRÉSTAMOS DEL 8,28% RESPECTO AL AÑO ANTERIOR



Caixanova

LA DIFÍCIL COYUNTURA ECONÓMICA HA MOTIVADO QUE DURANTE 2009 HAYAN VUELTO A SOLICITAR OPERACIONES PERSONAS QUE NO LO HABÍAN HECHO EN LOS ÚLTIMOS QUINCE AÑOS

CAIXA DE
AFORROS DE
VIGO,
OURENSE E
PONTEVEDRA

Con datos al cierre del año 2009, el número de operaciones vigentes era de 4.898, con un importe de 1.518.608 euros. El

crecimiento respecto a la misma fecha del año anterior ha sido de un 25,79 por ciento en el capital prestado y de un 15,17 por ciento en el número de operaciones. El valor de mercado de todas las piezas empeñadas asciende a unos 6,5 millones de euros.

NÚMERO DE PRÉSTAMOS	
Concedidos	3.428
Renovados	6.151
Cancelados	2.783
En vigor	4.898
Importe medio. (Euros)	315
Número de clientes	4.252
Clientes nuevos	
TASACIONES	
Nº Tasaciones (incluidas retasas)	4.600
Peso en gramos de las joyas tasadas	320.000
BAREMO DE PRECIOS POR GRAMO	
Oro fino	
VENTA DE SUBASTAS	
Nº de subastas celebradas en el año (incluidas conjuntas)	1
Diferencia de importe (obtenido-prestado). Miles de euros	135
% Sobreprecio obtenido en subastas	300
OTROS DATOS DE INTERÉS	
Periodos de concesión	6
% préstamo/tasación	70
% de las garantías recuperadas	95
Horas de apertura	24
Total empleados	3
(De los que) tasadores	1

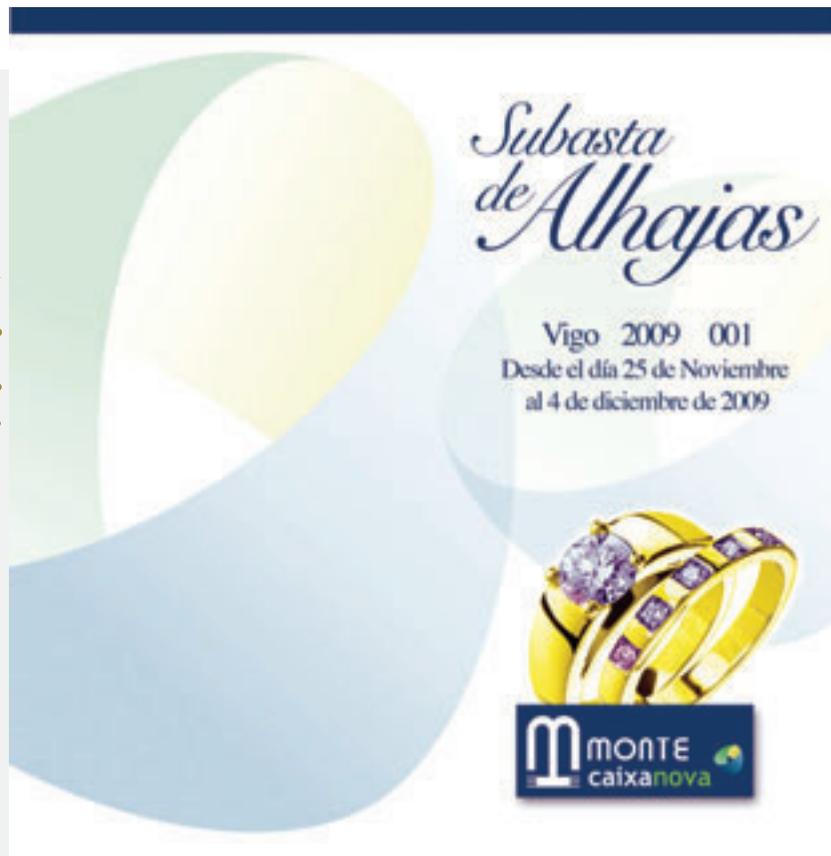
El Monte de Piedad de Caixanova es el único que existe actualmente en Galicia y sigue manteniendo vigente la filosofía con la que nació, ya que continúa facilitando apoyo económico a las familias en dificultades.

Durante el año pasado se formalizaron 3.428 operaciones nuevas -un 5,44 por ciento más que el año anterior-, y se cancelaron un total de 2.783 en el mismo período.

La difícil coyuntura económica ha motivado que durante 2009 hayan vuelto a solicitar operaciones personas que no lo habían hecho en los últimos quince años. Del mismo modo, han formalizado préstamos por primera vez otras muchas personas, procedentes de distintos puntos de la geografía gallega. Por ello, en estos momentos es cada vez más intensa la colaboración de la red de oficinas donde, a excepción de la concesión del préstamo, se pueden realizar todas las operaciones (renovaciones, cancelaciones, retasaciones y envío de joyas a los interesados, etc.).

Solicitan los servicios del Monte de Piedad personas de todas las edades y de muy diferente poder adquisitivo.

En cuanto a la recuperación de la alhaja, cabe destacar el enorme esfuerzo realizado por Caixanova para ponerse en contacto con los clientes y ofrecerles todo tipo de facilidades en el caso de que sigan interesados en conservarla. Así, el 95 por ciento de ellos la recuperan. En cualquier caso, en los últimos meses cada vez les cuesta más a los clientes devolver el dinero, incrementándose el número de lotes a subasta. En la última, en diciembre, se subastaron 182 lotes, lo que equivale a unas 1.300 piezas.



CARACTERÍSTICAS DEL PRÉSTAMO

Aunque los Montes de Piedad ya han desaparecido en algunas Cajas, en Caixanova entienden que este servicio se debe continuar ofreciendo, ya que es una opción necesaria para muchas personas que no pueden acceder a otro tipo de financiación.

En este Monte se trata de un tipo de préstamo que se concede a un plazo de seis meses, renovado tácitamente hasta un plazo máximo de tres años, lo que lo diferencia de las demás operaciones del mercado. Además se puede cancelar o amortizar anticipadamente la operación sin ningún tipo de comisión. Las comisiones y los intereses son prácticamente los mismos que se aplican para cualquier otra operación crediticia de Caixanova.

Los objetos que avalan las operaciones del Monte de Piedad de Caixanova son normalmente de oro y piedras preciosas, con un peso, valor y calidad muy diversos.

Caja de Badajoz

SE REDUCE EL NÚMERO DE OPERACIONES, AUNQUE NO EL IMPORTE DE ÉSTAS, QUE AUMENTA UN 119%

MONTE DE
PIEDAD Y CAJA
GENERAL DE
AHORROS DE
BADAJOZ

A pesar de la crisis, la actividad del Monte de Piedad de la Caja de Ahorros de Badajoz se ha reducido en el ejercicio de 2009, en comparación con el de 2008. Se ha producido un descenso significativo en el número de operaciones, no así en el importe total de éstas, que ha aumentado.

NÚMERO DE PRÉSTAMOS	
Concedidos	198
Renovados	
Cancelados	
En vigor	2.846
Importe medio. (Euros)	372
Número de clientes	2.696
Clientes nuevos	148
TASACIONES	
Nº Tasaciones (incluidas retasas)	198
Peso en gramos de las joyas tasadas	
BAREMO DE PRECIOS POR GRAMO	
Oro fino	14,00
VENTA DE SUBASTAS	
Nº de subastas celebradas en el año (incluidas conjuntas)	0
Diferencia de importe (obtenido-prestado). Miles de euros	
% Sobreprecio obtenido en subastas	
OTROS DATOS DE INTERÉS	
Periodos de concesión	12
% préstamo/tasación	60
% de las garantías recuperadas	
Horas de apertura	6
Total empleados	4
(De los que) tasadores	1



Las operaciones de empeño se han reducido respecto del ejercicio precedente un 21,12 por ciento, pasando de 251 a 198 en 2009.

Sin embargo, los importes totales han experimentado un fuerte crecimiento, pasando de 255.896 euros en 2008 a 561.578 euros en 2009, lo que significa un aumento de casi un 119,46 por ciento.

A 31 de diciembre, el Monte de Piedad de la Caja de Ahorros de Badajoz mantenía 2.846 préstamos en vigor. El número de clientes ascendía a 2.696, de los cuales 148 se han hecho clientes en 2009.

Por segmentos, las personas que suelen utilizar este servicio son en su mayoría de clase media o media-baja, con un mantenimiento del porcentaje de clientes inmigrantes; sin embargo, aumenta el número de mujeres, un 67 por ciento, frente a los hombres, un 33 por ciento.

OTROS DATOS DE INTERÉS

El importe medio de los préstamos concedidos durante 2009 ha sido tres veces superior al del anterior ejercicio, pasando de 1.019 euros en 2008 a 2.836 en 2009. Esto puede ser reflejo de las acuciantes necesidades que presentan las personas que acuden a los Montes de Piedad.

Los préstamos se conceden por un periodo de doce meses, a un sesenta por ciento del valor de la tasación, pagándose el gramo de oro fino a catorce euros.



Caja Cantabria



CAJA DE
AHORROS DE
SANTANDER Y
CANTABRIA

La rapidez, comodidad, reserva, trato personal... hacen que este tipo de operación financiera sea cada vez más

demandada por nuestra sociedad. En 2009, debido a la situación económica, ha aumentado el número de autónomos y de inmigrantes en busca de financiación.

NÚMERO DE PRÉSTAMOS	
Concedidos	2.135
Renovados	
Cancelados	
En vigor	1.895
Importe medio. (Euros)	1.022
Número de clientes	1.623
Clientes nuevos	198
TASACIONES	
Nº Tasaciones (incluidas retasas)	2.025
Peso en gramos de las joyas tasadas	
BAREMO DE PRECIOS POR GRAMO	
Oro fino	11,00
VENTA DE SUBASTAS	
Nº de subastas celebradas en el año (incluidas conjuntas)	1
Diferencia de importe (obtenido-prestado). Miles de euros	76
% Sobreprecio obtenido en subastas	60
OTROS DATOS DE INTERÉS	
Periodos de concesión	12
% préstamo/tasación	50
% de las garantías recuperadas	95
Horas de apertura	32
Total empleados	2
(De los que) tasadores	1

LAS FACILIDADES OFRECIDAS HACEN QUE SÓLO EL 5% DE LOS EMPEÑOS SE SUBASTEN

El Monte de Piedad de Caja Cantabria mantiene la filosofía de Monte de Piedad desde su fundación allá por el siglo XIX.

Situada en la calle Río de la Pila, entrañable para los santanderinos, tanto por su nombre como por su situación en un barrio popular de la ciudad, la oficina es una institución en toda la zona, todo el mundo la conoce y todo el mundo la estima por la labor social que realiza.

Reflejo de la situación económica que atraviesa el país, los segmentos de clientes que más han utilizado los servicios del Monte han sido los correspondientes a pequeños empresarios y autónomos, y a inmigrantes.

En 2009 se mantiene la tendencia de años anteriores en los porcentajes de clientes por sexo y por edades, duplicando el número de mujeres al de hombres y por edades entre 35 y 50 años.

La rapidez, comodidad, reserva, trato personal, etc. hacen que este tipo de operación financiera sea cada vez más demandada por nuestra sociedad, olvidando viejos tabúes. Lejos quedan aquellos tiempos en los que se empeñaban mantas, colchones, ropa de cama, etc... Hoy se aceptan exclusivamente joyas fabricadas con metales nobles, aderezadas con piedras preciosas como diamantes, rubíes, esmeraldas o zafiros.

MERCADO EN AUGE

Por otra parte, la subida del oro también ha ayudado a que este mercado se anime, pese a la competencia de las casas de compra-venta de oro y sus cientos de anuncios en medios de información.

Las características del préstamo permanecen igual: plazo de un año, con la posibilidad de renovación al vencimiento.

Las facilidades ofrecidas, tales como renovaciones, llamas, trato preferencial, retasa del lote, etc., hacen que sólo se subaste aproximadamente el cinco por ciento de lo empeñado.

Este año, por variados motivos, solamente se ha podido realizar una subasta, con un total de 130 lotes, vendiéndose el cien por cien de los mismos, con un sobreprecio del sesenta por ciento.

En las subastas, la subida del oro se ha reflejado en el precio de remate final, situación esta muy favorable para los prestatarios, que reciben un diferencial mayor.

8 escudos
Carlos III
1792



8 escudos
Carlos III
1798



Sortija agua marina y 20 Btes.

Cajacírculo

LA EXISTENCIA DE LOS
MONTES DE PIEDAD EN
ESTOS MOMENTOS DE
DIFICULTADES ES MÁS
NECESARIA QUE NUNCA

CAJA DE
AHORROS Y
MONTE DE
PIEDAD DEL
CÍRCULO
CATÓLICO DE
OBREROS DE
BURGOS

En la Memoria del año 2007, se hacía un repaso histórico de la Caja de Ahorros y Monte de Piedad del Círculo Católico

de Obreros de Burgos; en la Memoria del año 2008 se ofrecía la imagen de Monte del siglo XXI; y esta del año 2009 refleja el centenario del Monte y de la Caja.

NÚMERO DE PRÉSTAMOS	
Concedidos	677
Renovados	151
Cancelados	455
En vigor	2.624
Importe medio. (Euros)	371
Número de clientes	2.624
Clientes nuevos	222
TASACIONES	
Nº Tasaciones (incluidas retasas)	677
Peso en gramos de las joyas tasadas	
BAREMO DE PRECIOS POR GRAMO	
Oro fino	6,00
VENTA DE SUBASTAS	
Nº de subastas celebradas en el año (incluidas conjuntas)	
Diferencia de importe (obtenido-prestado). Miles de euros	
% Sobreprecio obtenido en subastas	
OTROS DATOS DE INTERÉS	
Periodos de concesión	15
% préstamo/tasación	100
% de las garantías recuperadas	
Horas de apertura	15
Total empleados	1
(De los que) tasadores	

8 escudos
Fernando VII
1810.



Los Montes de Piedad en España

068

069



En el transcurso de estos cien años (1909-2009), se han sucedido diversas etapas:

1909: inicio.

Proyecto fundacional de Caja Círculo y Monte de Piedad: el Monte de Piedad fue el elemento principal de la acción benéfico-social en la línea de las instituciones de ahorro, acción que se consolidaría luego con otros servicios que ofrecerán las Cajas de Ahorros.

1903-1909: inauguración y primeras actividades.

1926-1930-1940: consolidación.

1940-1959: relevo generacional de la Caja.

1959: cincuentenario.

Evolución.

Obra Social (Monte de Piedad).

2009: centenario.

Dentro de la Obra Social, se encuentra el Monte de Piedad, que en su ideología y desde sus comienzos sigue con el mismo espíritu, esto es, estar presente en los momentos de recesión y dificultades, para encontrar un puesto de trabajo, por ejemplo, o bien en otras circunstancias (enfermedad, quiebra en los negocios con grave quebranto económico en muchas familias e inmigración, acostumbrada a este tipo de préstamos). La existencia de los Montes de Piedad en estos momentos es más necesaria que nunca para ayudar a estas personas.

Desde aquellas lejanas fechas hasta la actualidad, Caja Círculo y su Monte de Piedad han experimentado un cambio adaptándose a los nuevos retos con el fin de proyectarse hacia el futuro, cambios profundos en todos los órdenes para ser una Caja y un Monte del siglo XXI y dar una adecuada respuesta a las necesidades de sus clientes.

CENTENARIO

Los actos de celebración del centenario se iniciaron con la visita de SS.MM. los Reyes de España a la sede central de la Caja y a lo largo de todo el año se realizaron numerosos actos culturales con la participación de cientos de clientes.

CajAstur

CAJA DE
AHORROS DE
ASTURIAS

El año 2009 se ha caracterizado por un importante incremento de las operaciones, debido principalmente a

esta coyuntura económica de crisis, tanto en número, con un incremento del dieciséis por ciento, como en importes, con un incremento de un veinticuatro por ciento.

NÚMERO DE PRÉSTAMOS	
Concedidos	7.170
Renovados	0
Cancelados	6.293
En vigor	6.768
Importe medio. (Euros)	460
Número de clientes	2.390
Clientes nuevos	195
TASACIONES	
Nº Tasaciones (incluidas retasas)	7.522
Peso en gramos de las joyas tasadas	528.000
BAREMO DE PRECIOS POR GRAMO	
Oro fino	9,00
VENTA DE SUBASTAS	
Nº de subastas celebradas en el año (incluidas conjuntas)	6
Diferencia de importe (obtenido-prestado). Miles de euros	293
% Sobreprecio obtenido en subastas	24
OTROS DATOS DE INTERÉS	
Periodos de concesión	12
% préstamo/tasación	70
% de las garantías recuperadas	95
Horas de apertura	25
Total empleados	2
(De los que) tasadores	2



Asimismo, en estos tiempos de continua revalorización del precio del oro, se ha producido una creciente actividad en las subastas que se celebran con una gran competitividad en las pujas, principalmente por los lotes de oro y, en menor medida, por las piedras preciosas.

Durante el año, el Monte de Piedad de Cajastur ha celebrado seis subastas presenciales, con un total de 1.740 lotes, de los cuales sólo 82 quedaron sin puja, con un incremento del veinticuatro por ciento del precio de remate sobre el precio de salida.

A 31 de diciembre de 2009, el Monte de Piedad de Cajastur tenía 6.768 préstamos en vigor, con un importe medio cada uno de ellos de 460 euros. El Monte tiene un total de 2.390 clientes, de los cuales 195 son clientes nuevos.

En 2009, este Monte de Piedad ha realizado un total de 7.522 tasaciones. Las joyas tasadas han alcanzado un peso de 528.000 gramos.

PORTAL DE SUBASTAS

En este año ha sido importante para el Monte de Piedad de Cajastur, así como para los demás Montes participantes, la celebración de la primera subasta por Internet en el portal conjunto de subastas, inaugurado en el mes de diciembre y, aunque en 2009 sólo ha dado tiempo a aportar una pequeña cantidad de lotes, puede considerarse un importante éxito, pues se han adjudicado casi todos con importantes incrementos sobre el valor de salida. Se partía de un precio de salida de 5.580 euros y se alcanzó un valor de remate de 7.915 euros.

EN 2009, EL MONTE DE PIEDAD DE CAJASTUR HA CELEBRADO 6 SUBASTAS PRESENCIALES, CON UN TOTAL DE 1.740 LOTES Y UN INCREMENTO DEL 24% DEL PRECIO DE REMATE SOBRE EL PRECIO DE SALIDA



Caja Duero



CAJA DE
AHORROS DE
SALAMANCA Y
SORIA

Durante el año 2009 ha seguido el incremento de clientes que acuden al Monte de Piedad; una clientela con una edad más joven, que, debido a la situación de crisis, han conocido las facilidades de conseguir un préstamo al instante con interés social.

NÚMERO DE PRÉSTAMOS	
Concedidos	9.196
Renovados	210
Cancelados	8.734
En vigor	8.139
Importe medio. (Euros)	440
Número de clientes	5.949
Clientes nuevos	324
TASACIONES	
Nº Tasaciones (incluidas retasas)	9.196
Peso en gramos de las joyas tasadas	693.016
BAREMO DE PRECIOS POR GRAMO	
Oro fino	10,00
VENTA DE SUBASTAS	
Nº de subastas celebradas en el año (incluidas conjuntas)	4
Diferencia de importe (obtenido-prestado). Miles de euros	
% Sobreprecio obtenido en subastas	16
OTROS DATOS DE INTERÉS	
Periodos de concesión	12
% préstamo/tasación	80
% de las garantías recuperadas	
Horas de apertura	35
Total empleados	4
(De los que) tasadores	2

Con la revalorización continua del oro durante este año, se han revisado muchos préstamos al hacer la renovación, con el fin de mejorar la situación económica de muchos clientes. Asimismo, se ha hecho un enorme esfuerzo para comunicarse con ellos a fin de evitar que sus bienes salgan a subasta, con resultados más que aceptables.

En las subastas se han alcanzado cifras importantes, lo que ha significado unos buenos sobrantes para los prestatarios, si bien algunos lotes de *brillantería* han quedado desiertos.

La vida del Monte y su actividad han tenido un seguimiento notable en los medios de comunicación, tanto locales como de ámbito autonómico, informando de su interés social a la población.

Desde la dirección de zona a la que pertenece el Monte, se ha seguido con gran interés la evolución y desarrollo de la actividad y marcado las pautas con el fin de dar el mejor servicio posible a los clientes.

Durante 2009, el Monte de Piedad de Caja Duero ha asistido a los Comités Nacionales, así como a la Asamblea Nacional de Montes de Piedad, celebrada en Barcelona, donde se ha aprendido y debatido la actividad de los Montes.

LA VIDA DEL MONTE Y SU ACTIVIDAD HAN TENIDO UN SEGUIMIENTO NOTABLE DEL PÚBLICO EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN, TANTO LOCALES COMO DE ÁMBITO AUTONÓMICO

LOS DATOS

A 31 de diciembre de 2009, el Monte de Piedad de Caja Duero mantenía un total de 8.139 préstamos en vigor (después de conceder 9.196 operaciones en el año, renovar 210 y cancelar 8.734 préstamos).

El importe medio de los préstamos concedidos asciende a 440 euros y el número de clientes del Monte, a 5.949. De ellos, 324 son nuevos clientes.

A lo largo del año, se han realizado 9.196 tasaciones y cuatro subastas.



Caja España



CAJA ESPAÑA
DE
INVERSIONES,
CAJA DE
AHORROS Y
MONTE DE
PIEDAD

Desde finales del año 2008 se inició en Caja España un importante incremento de las operaciones en el Monte de

Piedad, que no ha hecho más que afianzarse durante todo el ejercicio de 2009, confirmando así que el auge actual de los Montes de Piedad va ligado sustancialmente a los acontecimientos económicos que la sociedad está viviendo.

NÚMERO DE PRÉSTAMOS	
Concedidos	11.793
Renovados	0
Cancelados	9.463
En vigor	10.706
Importe medio. (Euros)	434
Número de clientes	6.151
Clientes nuevos	716
TASACIONES	
Nº Tasaciones (incluidas retasas)	13.000
Peso en gramos de las joyas tasadas	592.585
BAREMO DE PRECIOS POR GRAMO	
Oro fino	18,00
VENTA DE SUBASTAS	
Nº de subastas celebradas en el año (incluidas conjuntas)	16
Diferencia de importe (obtenido-prestado). Miles de euros	125
% Sobreprecio obtenido en subastas	60
OTROS DATOS DE INTERÉS	
Periodos de concesión	12
% préstamo/tasación	70
% de las garantías recuperadas	87
Horas de apertura	29
Total empleados	7
(De los que) tasadores	4



A LOS CLIENTES SE LES OFRECE LA POSIBILIDAD DE TASAR LAS JOYAS DE ACUERDO A LA COTIZACIÓN DIARIA, EN FUNCIÓN DEL TIEMPO DE VIDA DEL PRÉSTAMO

Con unos incrementos parejos en las cuatro sucursales del Monte, bien sea en ciudad grande, mediana o pequeña, se están disparando las operaciones de préstamos pignoratios, llegando en algún caso a tener que aumentar el número de tasadores o las horas de apertura.

La labor social que en estos duros tiempos están desarrollando los Montes, los vuelven a poner como la primera y, a veces, única alternativa para paliar la deteriorada economía de muchas familias o de pequeñas empresas, pues ya no es raro atender a todo tipo de profesionales que tienen, o tenían, pequeños negocios.

LA COMPETENCIA

Dentro de este mundo, donde todo gira en torno a la cotización del oro, hay oportunidades y oportunistas ajenos a los Montes y paralelos a ellos, una competencia cada vez más fuerte y no siempre beneficiosa para los clientes; el negocio de compra-venta. Pues, aunque es una actividad distinta a la de los Montes, en dicho negocio el oro se compra y, por lo tanto, el cliente ya renuncia a su posesión; mientras que en el Monte de Piedad, el oro sirve exclusivamen-

te como garantía de un préstamo pignoraticio donde el cliente, generalmente, lo recupera. Esto explica la diferencia entre el importe del Monte de Piedad con el ofertado por los negocios de compra-venta de oro, que, en ocasiones, lleva a los clientes a desprenderse del bien.

Todo esto tiene una justificación: estas empresas pueden desprenderse de las joyas compradas a partir de un corto período de tiempo, no superior al mes desde su compra y, por lo tanto, los vaivenes en la cotización del metal no tienen para ellas prácticamente importancia. Los Montes, sin embargo, operan a un año de vida del préstamo, durante el cual sí que la variación puede ser crucial.

¿Qué desventajas tiene para los Montes de Piedad el reciclaje de las joyas por recuperación del metal a través de la compra-venta? Pues que desaparezca poco a poco el producto con el que se garantizan los préstamos.

Para paliar en cierta medida esta circunstancia, desde Caja España se está ofreciendo la posibilidad (a las personas que acuden al Monte) de tasar las joyas de acuerdo con la cotización del oro en el día, en función del tiempo de vida del préstamo. Actualmente, se pueden hacer préstamos con una duración de tres meses, seis meses o un año, pues lógicamente al reducir el vencimiento se reduce el riesgo de posibles burbujas "áureas" y, en el caso de no recuperación de la garantía, realizarla inmediatamente en subasta con la ventaja de que posiblemente dicha joya se siga usando como tal y no se destruya para lingotes de inversión.

En Caja España, se apuesta ser un Monte ágil, rápido y competitivo en este segmento del mercado, pues, además, de no ser así, perderían todos: prestadores y prestatarios.



Caja Madrid



EL TASADOR, CON SU PROFESIONALIDAD, DEDICACIÓN Y ESPÍRITU DE SERVICIO, ES UNA FIGURA CLAVE EN LA CONCESIÓN DEL CRÉDITO PRENDARIO

CAJA DE AHORROS Y MONTE DE PIEDAD DE MADRID

Durante el año 2009, la actividad del Monte de Piedad ha continuado creciendo, aunque a ritmo más moderado que en el ejercicio anterior. A 31 de diciembre de 2009, la cartera alcanzó la cifra de 161.043 préstamos y un saldo de 82,70 millones de euros.

NÚMERO DE PRÉSTAMOS	
Concedidos	72.913
Renovados	102.354
Cancelados	72.585
En vigor	161.043
Importe medio. (Euros)	516
Número de clientes	69.191
Clientes nuevos	13.385
TASACIONES	
Nº Tasaciones (incluidas retasas)	88.434
Peso en gramos de las joyas tasadas	
BAREMO DE PRECIOS POR GRAMO	
Oro fino	9,00
VENTA DE SUBASTAS	
Nº de subastas celebradas en el año (incluidas conjuntas)	11
Diferencia de importe (obtenido-prestado). Miles de euros	
% Sobreprecio obtenido en subastas	41
OTROS DATOS DE INTERÉS	
Periodos de concesión	12
% préstamo/tasación	80
% de las garantías recuperadas	95
Horas de apertura	30
Total empleados	35
(De los que) tasadores	14





La cancelación de operaciones ha experimentado un incremento de un 13,37 por ciento en relación a 2008, hecho relevante que se explica por la prolongación de la situación económica actual y la constante evolución alcista de la cotización del oro. Con un comportamiento similar a las cancelaciones, la oferta en subasta ha experimentado un incremento del 9,60 por ciento con relación al año anterior.

Finalizado un ejercicio en el que los Montes siguen manteniendo relevancia, por la crisis económica existente, forzosamente hay que hablar del tasador, figura fundamental que da valor al elemento protagonista de esta actividad: la prenda.

EL TASADOR A TRAVÉS DEL TIEMPO

El 10 de junio de 1718 se promulgó la *Real Carta de Privilegio de Fundación del Real Monte de Piedad*, en la que se incluyen los Estatutos de funcionamiento del Monte madrileño.

El artículo XVII de los referidos Estatutos, que trataba *De la tasación de las alhajas y ropas*, introducía el origen y ordenamiento de lo que se debía de tasar y cómo.

Desde los orígenes del Monte, se constituyeron dos tipos de tasadores: uno como especialista en la tasa de ropas y tejidos dignos de ser empeñados; y otro, para alhajas y piedras preciosas.

El 10 de marzo de 1729, por acuerdo de la Junta Particular, precedente de lo que hoy se denomina Comisión Ejecutiva, se previno a los tasadores de que no podían tasar prenda alguna que luego no pudiera ser vendida en sala de almonedas (hoy sala de subastas).

También se les advertía del sumo cuidado que debían tener a la hora de la tasación, *de modo que quede el Monte cubierto en más de lo dado*. Este principio sigue vigente en la actualidad y es la filosofía de funcionamiento que define la forma de actuar de todo tasador. Como medida correctiva, en los casos en los que la tasación no fuese reflejo de la realidad, el tasador se veía en la obligación de sufragar al Monte el descubierto producido.



Como cobertura de esta posible circunstancia, figuraba instaurado en el origen de la relación laboral y, como condición previa, un sistema de regulación de fianzas para todos los empleados del Monte con responsabilidad monetaria. En el caso de los peritos se conoce que, en las ordenanzas dictadas el 23 de noviembre de 1844, figuraba establecida para el tasador de alhajas y ropas en 20.000 y 10.000 reales de vellón, respectivamente. Esta casuística estuvo vigente hasta principios del año 1998, fecha en que los sistemas de gestión y control hicieron innecesario el sentido de esta medida.

Hoy los requisitos para poder ejercer la función son: ostentar el título de diplomado en Gemología y haber realizado cursos de *expertización* en piedras preciosas y en técnicas de tasación. Además, el tasador ha de mantener una constante actualización en todos los avances y nuevas áreas de conocimiento que se produzcan.

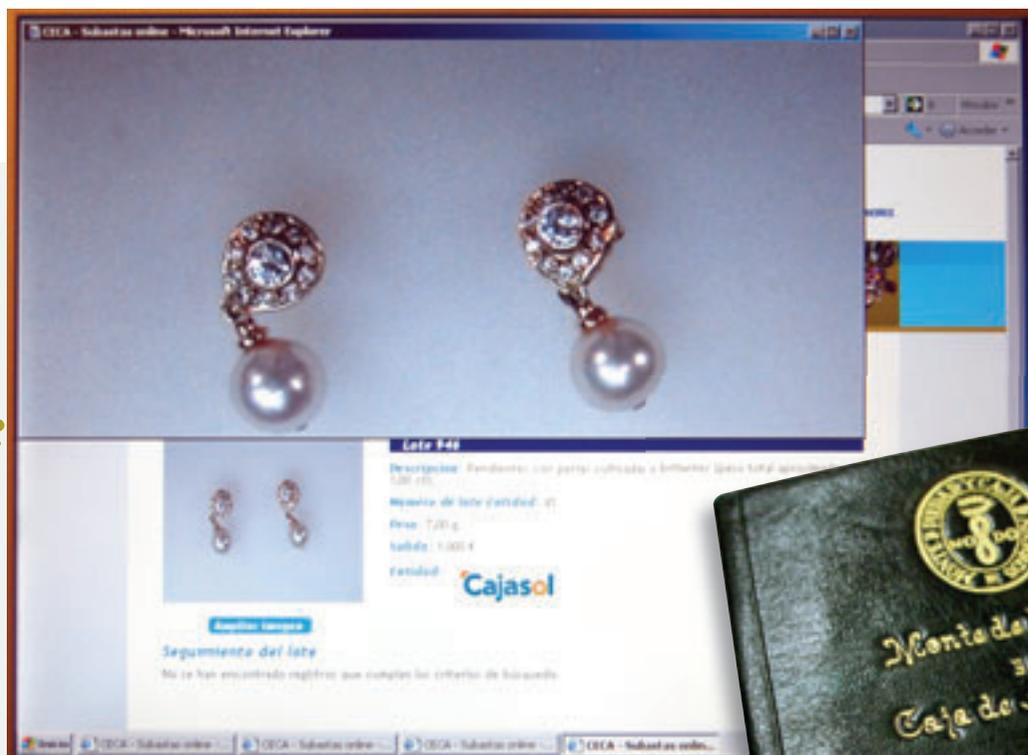
CajaSol

MONTE DE
PIEDAD Y CAJA
DE AHORROS
SAN FERNANDO
DE HUELVA,
JEREZ Y
SEVILLA

Durante el ejercicio 2009 la actividad del Monte de Piedad ha continuado la línea de crecimiento iniciada a finales del

2007, si bien se observan dos períodos claramente diferenciados que parecen sugerir que en el 2010 la actividad seguirá siendo muy alta, aunque con un crecimiento mucho más moderado que los dos años anteriores.

NÚMERO DE PRÉSTAMOS	
Concedidos	15.022
Renovados	10.138
Cancelados	13.270
En vigor	23.933
Importe medio. (Euros)	710
Número de clientes	16.383
Clientes nuevos	2.673
TASACIONES	
Nº Tasaciones (incluidas retasas)	20.212
Peso en gramos de las joyas tasadas	2.239.490
BAREMO DE PRECIOS POR GRAMO	
Oro fino	14,00
VENTA DE SUBASTAS	
Nº de subastas celebradas en el año (incluidas conjuntas)	5
Diferencia de importe (obtenido-prestado). Miles de euros	1.058
% Sobreprecio obtenido en subastas	44
OTROS DATOS DE INTERÉS	
Periodos de concesión	12
% préstamo/tasación	70
% de las garantías recuperadas	95
Horas de apertura	27,5
Total empleados	9
(De los que) tasadores	6



EN 2009 SE HAN
INCREMENTADO LOS VALORES
DE TASACIÓN UN 25%
RESPECTO AL AÑO ANTERIOR

Primera libreta de ahorros
del Monte de Piedad y Caja
de Ahorros de Sevilla.

En este ejercicio, el Monte de Piedad de CajaSol ha continuado con la línea de crecimiento experimentada en ejercicios anteriores, si bien los últimos datos parecen sugerir que en 2010 la actividad será más moderada:

/// La mayor parte del incremento de la actividad se ha producido durante el primer semestre del año, en el cual el número de operaciones en vigor aumentó un siete por ciento en relación con finales de 2008.

/// En el segundo semestre del ejercicio, el incremento en el número de operaciones vivas alcanzó un uno por ciento en relación con los datos de finales del primer semestre.

MEJORA LA CALIDAD DEL SERVICIO

El Monte de Piedad de Cajasol ha actuado para dar respuesta a la mayor demanda de los clientes, manteniendo e intentando mejorar la calidad del servicio ofrecida, y para ello ha incrementado su plantilla en una persona a lo largo del ejercicio.

También en la línea de mejora del servicio, se han incrementado los valores de tasación en un veinticinco por ciento en relación al año anterior, se ha implementado un sistema de valoraciones que se actualiza en función del valor de mercado del oro en los seis meses anteriores y se han mejorado los circuitos de subasta con la participación en la subasta *on line* puesta en servicio de manera conjunta con otros once Montes de Piedad y la CECA.



MONTE DE
PIEDAD Y CAJA
DE AHORROS DE
CÓRDOBA

CajaSur



En los artículos sobre tasaciones, no sorprende leer que se hable de la mayor precisión posible en la determinación de medidas, ley de metales, calidades, color, etc. Habitualmente, se manejan

calibres gemológicos reactivos para determinar la cantidad de fino en la aleación, precisas balanzas electrónicas e hidrostáticas, lupas, lámparas especiales... En definitiva, un gran abanico de aparatos, técnicas y recursos físico-químicos para objetivar las apreciaciones.

NÚMERO DE PRÉSTAMOS	
Concedidos	15.071
Renovados	0
Cancelados	15.857
En vigor	13.206
Importe medio. (Euros)	445
Número de clientes	7.170
Clientes nuevos	1.693
TASACIONES	
Nº Tasaciones (incluidas retasas)	8.020
Peso en gramos de las joyas tasadas	907.960
BAREMO DE PRECIOS POR GRAMO	
Oro fino	8,50
VENTA DE SUBASTAS	
Nº de subastas celebradas en el año (incluidas conjuntas)	3
Diferencia de importe (obtenido-prestado). Miles de euros	353
% Sobreprecio obtenido en subastas	42
OTROS DATOS DE INTERÉS	
Periodos de concesión	12
% préstamo/tasación	70
% de las garantías recuperadas	93
Horas de apertura	40
Total empleados	6
(De los que) tasadores	6



SE DEBE DETERMINAR CON EXACTITUD EL VALOR DE LIQUIDACIÓN DE LAS JOYAS RECIBIDAS EN GARANTÍA, POR SI ES NECESARIO SUBASTARLAS PARA RESARCIR EL EMPRÉSTITO, LOS INTERESES Y GASTOS

En la tarea de la peritación se debe determinar con la mayor exactitud posible el valor de liquidación de las joyas recibidas en garantía, por si llegado el caso de tener que subastar las alhajas, se puede con su venta resarcir el empréstito, intereses y gastos. Dicho valor debe estar calculado con un suficiente margen que prevea las oscilaciones del mercado en el tiempo de vigencia del empeño.

El sobrante de subastas, una vez cobradas deudas y gastos, se devuelve a quienes habían pignorado las joyas. Los préstamos no pagados y que se cobran mediante subasta pública de las joyas suponen aproximadamente un cinco por ciento del total; el otro 95 por ciento es regularmente atendido por sus prestatarios. Por tanto, si sistemáticamente los sobranes de subastas resultaran muy elevados en comparación a lo que antes se había prestado, esto podría indicar un déficit de valoración, circunstancia que se va corrigiendo de forma regular para acomodar la oferta de préstamo a la demanda de los clientes.

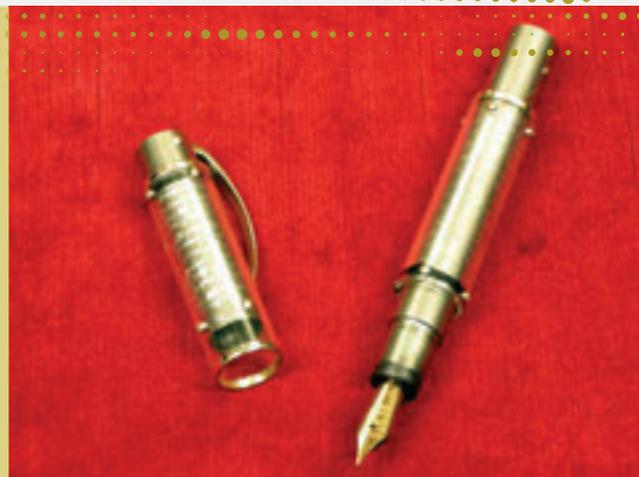
TECNOLOGÍA VS CRISIS

Desde la puesta en funcionamiento del portal de subastas de los Montes de Piedad en Internet, se observa con mucha mayor amplitud cómo se comporta el mercado secundario, es decir: aquel en el que las joyas pignoradas encuentran el exacto equilibrio entre oferta y demanda libre entre licitadores; también se aprecia que ese mercado es más globalizado y, por ende, más competitivo. Dicho de forma más gráfica, se han ampliado los metros cuadrados del salón de subastas; consecuentemente, el número de asistentes ha crecido y el campo de los cálculos estadísticos es más fiable.

Las subastas *on line* han aumentado la competitividad entre compradores, reduciendo costes. Por tanto, ellos han podido estrechar márgenes y, como consecuencia, el precio del bien subastado ha mejorado. Esta sinergia ha favorecido la rapidez y estabilidad de todo el proceso. La consecuencia que parece deducirse de la creación del portal de subastas es que se predice una mayor garantía de las alhajas en cuanto al crédito prendario del que son objeto.

A la tarea pericial hay que añadir otra destreza más entre todo el conjunto de técnicas y herramientas de medición para mejorar el servicio y justiprecio a la sociedad y a los Montes de Piedad: un afinado cálculo financiero de márgenes que concilie el riesgo con la demanda de empeño.

Vital Kutxa



CAJA DE
AHORROS DE
VITORIA Y
ÁLAVA

El Monte de la Caja de Vitoria y Álava sigue la línea iniciada en los años pasados, 2007 y 2008: seguir prestando los

servicios necesarios desde la institución. De esta manera, el importe mínimo y medio por préstamo sigue subiendo, reflejo de la actividad desarrollada por el Monte a lo largo del ejercicio.

NÚMERO DE PRÉSTAMOS	
Concedidos	75
Renovados	0
Cancelados	72
En vigor	131
Importe medio. (Euros)	2.702
Número de clientes	125
Clientes nuevos	70
TASACIONES	
Nº Tasaciones (incluidas retasas)	75
Peso en gramos de las joyas tasadas	26.000
BAREMO DE PRECIOS POR GRAMO	
Oro fino	5,00
VENTA DE SUBASTAS	
Nº de subastas celebradas en el año (incluidas conjuntas)	1
Diferencia de importe (obtenido-prestado). Miles de euros	0
% Sobreprecio obtenido en subastas	10
OTROS DATOS DE INTERÉS	
Periodos de concesión	12
% préstamo/tasación	100
% de las garantías recuperadas	95
Horas de apertura	12
Total empleados	1
(De los que) tasadores	





Resulta interesante observar cómo se incrementa el importe medio prestado por pignoración, pasando de 2.300 euros en 2008 a 2.702 en 2009. Es decir, el peticionario que se acerca al Monte de Piedad de Vital Kutxa lo hace para solicitar un préstamo de importe elevado.

El número de altas coincide prácticamente con el de bajas, es decir, unos 75 en cada uno de esos apartados. En total, el Monte de Piedad tiene 125 clientes, setenta de ellos nuevos.

El número de los lotes no recuperados ha ido descendiendo hasta el punto de hacer una sola subasta al año, en lugar de las dos habituales de otros ejercicios. De hecho, según los últimos datos, solamente hubo un 5,10 por ciento de garantías no recuperadas.

JOYAS EN LA WEB

Por otro lado, el Monte de Piedad de Vital Kutxa ha optado, con fecha 1 de diciembre de 2009, por implantar en la *web* www.cajavital.es un espacio para ventas de joyas procedentes del Monte de Piedad, a disposición del público, en la modalidad de venta directa.

Las joyas que están en dicha *web* proceden de restos o desiertos de subastas de años anteriores, habiéndose expuesto más de trescientos lotes (muchos de ellos: anillos, pendientes de perlas, etc.) y se ha obtenido un resultado en venta superior a las ciento treinta ventas en poco más de un mes.

Como es lógico los importes de las ventas han sido aplicados a los préstamos de los clientes morosos, habiendo reducido en una parte importante la morosidad de los mismos. Ello anima al Monte a mantener de forma permanente estos lotes a la venta en la *web*.

EL PETICIONARIO QUE
SE ACERCA AL MONTE DE
PIEDAD DE VITAL KUTXA
LO HACE PARA SOLICITAR
UN PRÉSTAMO DE
IMPORTE ELEVADO



CajaCanarias

EL MONTE HA ESTADO INMERSO ESTE AÑO EN CAMBIOS INFORMÁTICOS ESTRUCTURALES EN LO REFERENTE A SUS OPERACIONES DIARIAS Y A LAS SUBASTAS, MEJORANDO EL ACCESO A LA INFORMACIÓN DE LOS LOTES DE JOYAS SUBASTADOS

CAJA GENERAL
DE AHORROS DE
CANARIAS

A las puertas de celebrar su centenario, CajaCanarias cumple fielmente la misión del Monte de Piedad

concediendo préstamos pignoratícios con módicos intereses.

NÚMERO DE PRÉSTAMOS	
Concedidos	4.616
Renovados	2.936
Cancelados	4.313
En vigor	6.298
Importe medio. (Euros)	396
Número de clientes	6.128
Clientes nuevos	196
TASACIONES	
Nº Tasaciones (incluidas retasas)	4.616
Peso en gramos de las joyas tasadas	471.056
BAREMO DE PRECIOS POR GRAMO	
Oro fino	7,90
VENTA DE SUBASTAS	
Nº de subastas celebradas en el año (incluidas conjuntas)	4
Diferencia de importe (obtenido-prestado). Miles de euros	97
% Sobreprecio obtenido en subastas	70
OTROS DATOS DE INTERÉS	
Periodos de concesión	12
% préstamo/tasación	60
% de las garantías recuperadas	90
Horas de apertura	30
Total empleados	3
(De los que) tasadores	1



El Monte de Piedad de la Caja General de Ahorros de Canarias siguió en 2009 con su objetivo de adaptación a las circunstancias socio económicas del archipiélago, manteniendo como objetivo esencial la potenciación del crédito prendario.

Durante el ejercicio de referencia, esta Caja continuó ofreciendo a sus clientes fiabilidad, orientación y consejo en sus tasaciones.

La fecha de vencimiento de los empeños es de un año, pudiendo prorrogarse por un año más y otro período posterior de seis meses, mediante la realización en todo momento de ingresos a cuenta en cualquiera de las oficinas de la red comercial de la entidad.

El Monte de Piedad, como parte integrante de CajaCanarias, ha estado inmerso en cambios informáticos estructurales en lo referente a sus operaciones diarias y a las subastas, mejorando el acceso a la información de los lotes de joyas que se subastan e implantando sistemas a través de la *web* de esta Caja de Ahorros (www.cajacanarias.es).

En cuanto a cifras, en el año 2009 se efectuaron 4.616 tasaciones, 2.936 renovaciones y 4.313 cancelaciones. Los préstamos en vigor sumaron un total de 6.298 operaciones. El peso en gramos de las joyas tasadas fue de 471.056,46 y el precio estimado para el oro fino fue de ocho euros.

Perfil del cliente: el 71,29 por ciento son mujeres y el 28,71 por ciento hombres. Por tramos de edad: el 38,8 por ciento tiene entre 18 y 35 años; el 38,5 por ciento, entre 35 y 50 años; y el 22,7 por ciento, entre 50 y 65 años.

La oficina del Monte de Piedad de CajaCanarias cuenta con una plantilla que integran un total de tres empleados, de los que uno de ellos es tasador.

CENTENARIO

En 2010, año en que CajaCanarias conmemora su centenario, el Monte de Piedad de su entidad afronta sus nuevos retos de actividad bajo el reforzamiento de su soporte tecnológico, la ampliación de su público objetivo y el arraigo de su enfoque social.



CajaGranada

CAJA GENERAL
DE AHORROS DE
GRANADA

de la actual crisis económica- en la consecución del fin básico que cimentó su creación hace 270 años: facilitar el

Durante el año 2009 el Monte de Piedad de CajaGranada ha orientado su actividad poniendo el acento -dada la profundidad e intensidad de la actual crisis económica- en la consecución del fin básico que cimentó su creación hace 270 años: facilitar el acceso al crédito a las capas de población más desfavorecidas, evitando en la medida de lo posible, su caída en manos de usureros y la consiguiente pérdida de sus objetos más apreciados, cuya propiedad se remonta, en muchas ocasiones, a varias generaciones.

NÚMERO DE PRÉSTAMOS	
Concedidos	13.687
Renovados	9.421
Cancelados	23.026
En vigor	18.001
Importe medio. (Euros)	456
Número de clientes	9.252
Clientes nuevos	1.799
TASACIONES	
Nº Tasaciones (incluidas retasas)	14.834
Peso en gramos de las joyas tasadas	991.029
BAREMO DE PRECIOS POR GRAMO	
Oro fino	12,00
VENTA DE SUBASTAS	
Nº de subastas celebradas en el año (incluidas conjuntas)	4
Diferencia de importe (obtenido-prestado). Miles de euros	
% Sobreprecio obtenido en subastas	52
OTROS DATOS DE INTERÉS	
Periodos de concesión	12
% préstamo/tasación	70
% de las garantías recuperadas	100
Horas de apertura	35
Total empleados	6
(De los que) tasadores	4



SE HAN REFORZADO LAS GESTIONES CON EL CLIENTE PARA EVITAR LA SUBASTA DE LOS OBJETOS ENTREGADOS EN GARANTÍA DEL PRÉSTAMO

Para ello se han potenciado las siguientes líneas de actuación:

/// Incremento de los valores de tasación, permitiendo de esta forma, y en muchas ocasiones, la renovación del préstamo sin necesidad de desembolso económico por parte del cliente.

/// Mayor flexibilidad en el tratamiento de renovación de operaciones, admitiendo su realización, en la mayoría de los casos, con la mera solicitud del prestatario.

/// Refuerzo de las gestiones que se realizan con el cliente para evitar la subasta de los objetos entregados en garantía del préstamo.

/// Incremento de las negociaciones ante compradores potenciales de objetos no rematados en las subastas realizadas, procurando la obtención del mejor precio posible, con el consiguiente aumento de los importes puestos a disposición de los clientes.

PLAN DE RENOVACIÓN

Por otra parte, se ha iniciado un plan integral de renovación de los medios técnicos disponibles, que tendrá su término en el transcurso del año 2010, con los siguientes objetivos:

/// Mejorar la calidad del servicio ofrecido a la clientela.

/// Optimizar los procedimientos internos que constituyen la actividad diaria.

Por último, se ha concluido la renovación y adecuación de la plantilla en una doble vertiente:

/// Asignación de las tareas de tipo administrativo a los empleados con perfil de tasador que, asumiendo el ciclo completo de cualquier tipo de operación, han mejorado de forma notable la calidad en la atención percibida por el cliente.

/// Dos nuevas incorporaciones procedentes de la red de sucursales que unirán a su experiencia comercial y administrativa –mediante un proceso de formación teórico/práctica– el conocimiento general de las tareas especializadas de tasación, conformando de esta forma, puestos de trabajo que permitirán la atención integral al cliente con las ventajas en cuanto a la calidad de servicio ofrecida y eficacia en el desarrollo de la actividad que ello supone.



CAJA DE
AHORROS Y
MONTE DE
PIEDAD DE
ZARAGOZA,
ARAGÓN Y RIOJA

Ibercaja



Los Montes de Piedad nacieron hace más de trescientos años con la finalidad de combatir la usura y acercar el crédito a las clases más desfavorecidas. Hoy en día, y después de tres siglos de existencia, la finalidad inicial sigue estando totalmente

vigente. Para el Monte de Piedad de Ibercaja, como para el resto de Montes, su misión principal es evitar la exclusión financiera de las personas con mayores dificultades y todo ello bajo un claro componente social. Es ésta y no otra la filosofía de actuación que marca nuestra actuación del día a día.

NÚMERO DE PRÉSTAMOS	
Concedidos	15.928
Renovados	0
Cancelados	14.234
En vigor	13.138
Importe medio. (Euros)	327
Número de clientes	
Clientes nuevos	2.046
TASACIONES	
Nº Tasaciones (incluidas retasas)	15.928
Peso en gramos de las joyas tasadas	
BAREMO DE PRECIOS POR GRAMO	
Oro fino	9,00
VENTA DE SUBASTAS	
Nº de subastas celebradas en el año (incluidas conjuntas)	7
Diferencia de importe (obtenido-prestado). Miles de euros	229
% Sobreprecio obtenido en subastas	87
OTROS DATOS DE INTERÉS	
Periodos de concesión	12
% préstamo/tasación	70
% de las garantías recuperadas	
Horas de apertura	37
Total empleados	5
(De los que) tasadores	2



EL 30% DE LOS PRÉSTAMOS
FORMALIZADOS SON DE
IMPORTE INFERIOR A 150 EUROS
Y TIENEN COMO FINALIDAD
ATENDER PEQUEÑOS
IMPREVISTOS

Este año ha continuado el incremento tanto del número de préstamos como del saldo total y se han registrado más de 2.000 nuevos clientes. Esto supone la misma tendencia registrada en el 2008, si bien a un menor ritmo, especialmente en la parte final del año. El dato de que más del treinta por ciento de los préstamos formalizados sean de importe inferior a 150 euros indica que una gran parte de los préstamos tiene la finalidad de atender pequeños imprevistos y gastos de pequeña cuantía.

Durante el año 2009 se han adoptado diversas medidas tratando de mejorar el servicio prestado y las condiciones de los préstamos. Algunas de estas mejoras son:

/// El ajuste a la baja del tipo de interés. En este Monte de Piedad se actualiza cada trimestre con un diferencial de tan sólo el 0,50 por ciento sobre la referencia euribor. Estas condiciones han permitido dar créditos a un año de duración, con un importe mínimo de sesenta euros y a un tipo de inte-

rés final –incluidas las comisiones de tasación- del cuatro por ciento. Este es uno de los tipos de préstamo con mejores condiciones que existen actualmente en el mercado.

/// La gestión activa de las operaciones impagadas, contactando con las personas que tienen préstamos vencidos y tratando de dar alternativas personalizadas que eviten la venta en subasta de las joyas en garantía. Es de destacar el hecho de que los préstamos que finalmente se cancelen por medio de subasta no llegan al cuatro por ciento.

/// La adhesión al proyecto conjunto con otros Montes de Piedad del portal de subastas por Internet.

PARA 2010

Es preocupante observar como el día 10 de cada mes y coincidiendo con el cobro del desempleo, se cancelan más préstamos que un primero de mes con el pago de la nómina. En el último trimestre del año, y motivado especialmente por la persistencia de la crisis económica, se están incrementando las personas que se ven obligadas a vender de forma definitiva sus joyas en las casas de “compro oro”, cada vez más numerosas.

Para el año 2010 se debe buscar alternativas en la actividad del Monte para evitar que estos clientes más desfavorecidos tengan que malvender sus joyas directamente en una tienda de “compro oro” y perder así una parte importante de su valor real, además del sentimental. Este importante reto sólo se puede acometer desde la innovación y el cambio, tratando de modernizar y poner al día las características y condiciones de los préstamos y la mejora de los procedimientos.

La Caja de Canarias

CAJA INSULAR
DE AHORROS DE
CANARIAS

obtención de una liquidez inmediata. Esto es debido a la culminación del *Plan de Integración y Actualización* llevado

El año 2009 ha supuesto para el Monte de Piedad de La Caja de Canarias la consolidación definitiva de un servicio cómodo, moderno y rápido para la obtención de una liquidez inmediata. Esto es debido a la culminación del *Plan de Integración y Actualización* llevado a cabo en los dos últimos años y que terminó en diciembre de 2008, pero en el afán de seguir mejorando los servicios, este año el Monte ha acometido algunas acciones en este sentido.

NÚMERO DE PRÉSTAMOS	
Concedidos	15.388
Renovados	13.857
Cancelados	14.909
En vigor	26.298
Importe medio. (Euros)	433
Número de clientes	13.517
Clientes nuevos	1.843
TASACIONES	
Nº Tasaciones (incluidas retasas)	18.590
Peso en gramos de las joyas tasadas	1.230.060
BAREMO DE PRECIOS POR GRAMO	
Oro fino	7,00
VENTA DE SUBASTAS	
Nº de subastas celebradas en el año (incluidas conjuntas)	12
Diferencia de importe (obtenido-prestado). Miles de euros	694
% Sobreprecio obtenido en subastas	62
OTROS DATOS DE INTERÉS	
Periodos de concesión	12
% préstamo/tasación	70
% de las garantías recuperadas	92
Horas de apertura	36
Total empleados	8
(De los que) tasadores	6



Lote vendido en una subasta de 2009, por un importe de 12.600 €.



REEMBOLSOS PARCIALES, LIMITACIÓN DEL NÚMERO DE RENOVACIONES Y EL PORTAL DE SUBASTAS POR INTERNET, PRINCIPALES ACCIONES ACOMETIDAS ESTE AÑO

/// Reembolsos parciales: con ellos se abre un abanico de posibilidades para los clientes, amén de reducir los costes, ya que si anteriormente dividían un empeño en dos o tres contratos para facilitar su recuperación, teniendo la posibilidad del reembolso parcial, pueden ir rescatándolos sin tener que hacer frente al importe total del contrato. Con ello, se ha conseguido aumentar el importe medio de las operaciones desde 399 euros en diciembre de 2007 a 433 euros en diciembre de 2009; así como aumentar el número de operaciones comprendidas entre 300 euros y 3.000 euros, pasando de tener 9.404 en diciembre de 2007 a 13.717 en diciembre de 2009, lo que significa un aumento del 51,74 por ciento en operaciones de este importe, lo que facilita su manipulación, archivo, etc.

El número de piezas tasadas durante el año aumentó en un 40,90%.

/// Limitar el número de renovaciones: en la Asamblea celebrada en Las Palmas de Gran Canaria el año 2004 se debatió sobre el límite del número de renovaciones, ya que las garantías podían sufrir oscilaciones en su valor, según los mercados. A partir del año 2006 y con motivo del plan antes citado, se limitaron a tres las renovaciones posibles, por lo que durante el año 2009 comenzaron a vencer estas operaciones, lo que ha supuesto para muchos clientes, la posibilidad de actualizar las tasaciones de sus alhajas y disponer de algún efectivo más por las mismas, debido al aumento del precio del oro.

/// Portal de subastas por Internet: gran parte del esfuerzo durante este año se ha centrado en la colaboración con el Comité Nacional de Montes de Piedad en el desarrollo del portal conjunto para realizar subastas por Internet, a través de la CECA, esfuerzo culminado en el arranque del mismo durante el mes de diciembre.

Con ello se pretendía hacer llegar a toda la población la posibilidad de adquirir joyas a muy buen precio y de forma totalmente segura; y también hacerlo más asequible a los profesionales de la joyería, comerciantes de oro, etc. (es muy difícil para ellos asistir a todas las subastas presenciales que se celebran por toda la geografía española). Con ello se puede conseguir un importe de venta más alto, que redundará en beneficio de los clientes; ya que una vez liquidada la deuda con el Monte, el sobrante, si existe, queda a disposición de las personas que depositaron sus alhajas y que, por cualquier razón, no han podido rescatarlas.

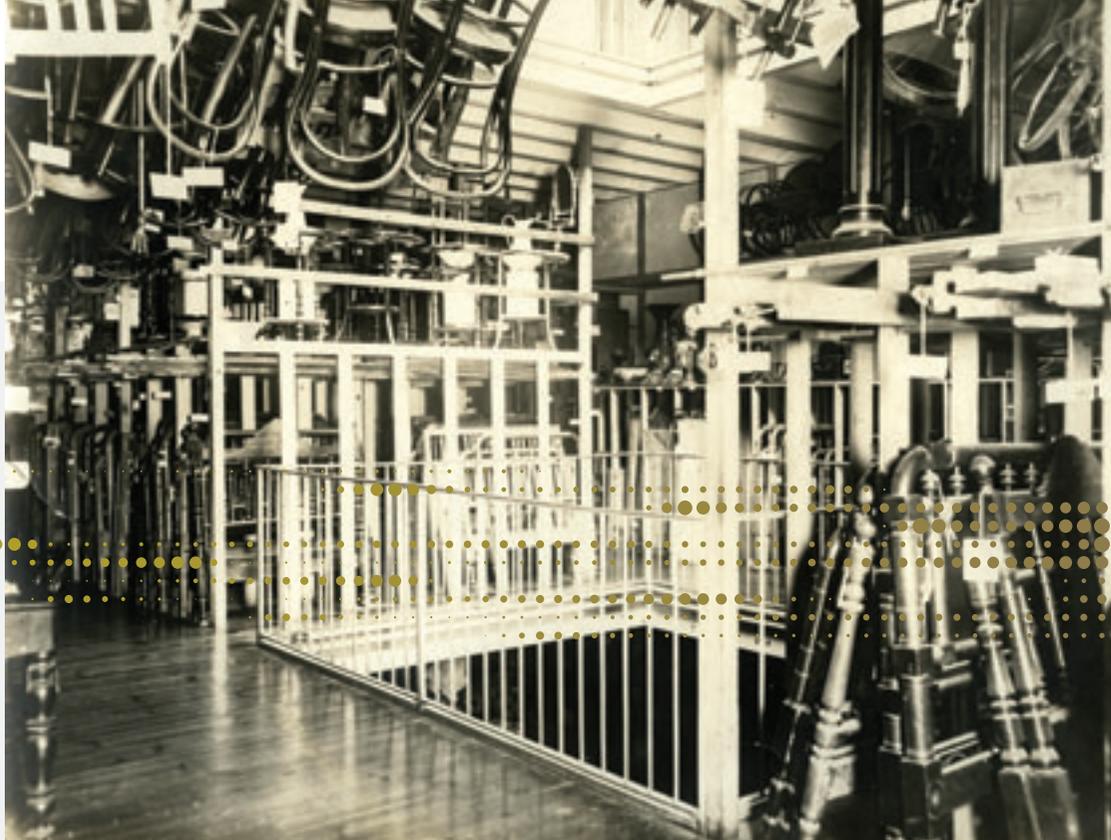
Kutxa



CAJA DE
AHORROS Y
MONTE DE
PIEDAD DE
GIPUZKOA Y SAN
SEBASTIÁN

La actividad del Monte de Piedad de Kutxa durante el año 2009 ha continuado en la misma línea que el año anterior, con un importante crecimiento de la inversión y numerosos clientes nuevos.

NÚMERO DE PRÉSTAMOS	
Concedidos	4.600
Renovados	0
Cancelados	4.215
En vigor	4.282
Importe medio. (Euros)	677
Número de clientes	2.380
Clientes nuevos	463
TASACIONES	
Nº Tasaciones (incluidas retasas)	5.100
Peso en gramos de las joyas tasadas	
BAREMO DE PRECIOS POR GRAMO	
Oro fino	9,00
VENTA DE SUBASTAS	
Nº de subastas celebradas en el año (incluidas conjuntas)	2
Diferencia de importe (obtenido-prestado). Miles de euros	135
% Sobreprecio obtenido en subastas	39
OTROS DATOS DE INTERÉS	
Periodos de concesión	12
% préstamo/tasación	60
% de las garantías recuperadas	93
Horas de apertura	20
Total empleados	2
(De los que) tasadores	1



APARTE DE LA AUSENCIA DE FIN LUCRATIVO Y OTRAS DIFERENCIAS, LOS MONTES SON MÁS COMPETITIVOS QUE LAS CASAS DE EMPEÑO Y LOS ESTABLECIMIENTOS DE COMPRA DE ORO

Se han celebrado dos subastas presenciales, en agosto y en diciembre. Los préstamos impagados se han incrementado en relación al año anterior, pero en menor medida que lo que en principio se esperaba. Las ventas de lotes de oro han obtenido buenos resultados, no así las de lotes que contenían brillantes, sobre todo los de precio elevado.

Destaca el arranque en diciembre del nuevo portal de subastas de los Montes de Piedad. Desde el principio, el Monte de Piedad de la Kutxa ha colaborado activamente en su diseño y puesta en marcha. Los primeros resultados se pueden considerar muy satisfactorios. Estos primeros días de actividad están sirviendo para detectar puntos de mejora en el funcionamiento general de todo el proceso.

LA MISIÓN DE LOS MONTES DE PIEDAD

En relación al entorno geográfico del Monte de Piedad de Kutxa, hay que señalar la apertura de algunos establecimientos de compra de oro, alimentados por el incremento del precio de este metal y la necesidad de muchas personas que, frente a la crisis, eligen liquidar sus joyas y transformarlas en dinero efectivo. De esta manera, solucionan una necesidad puntual, pero pierden su patrimonio en joyas.

Algunos de estos establecimientos formaliza, además, contratos de compra de joyas con opción a recompra en el plazo de un mes, cobrando en estos casos un veinte por ciento de incremento al finalizar dicho plazo, si el cliente ejerce su opción de recompra. Asimilando estas operaciones a lo que sería un préstamo, el resultado sería una TAE realmente abusiva.

En resumen, es de todos conocido que los Montes de Piedad nacieron hace siglos para hacer frente a los usureiros de la época y, a la vista de lo descrito, esta finalidad tiene plena vigencia también en nuestros días.



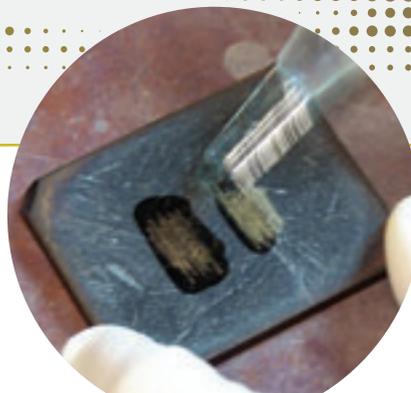
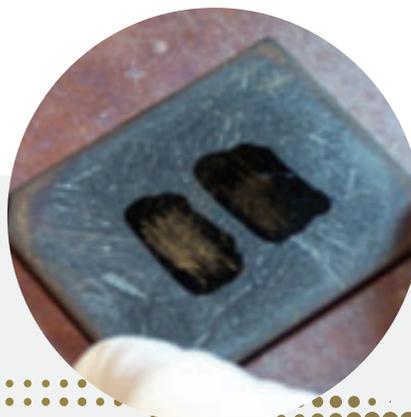
CAIXA
D'ESTALVIS I
PENSIONS DE
BARCELONA

La Caixa



El Monte de Piedad de La Caixa, desde su origen en 1749, se ha prestado a solucionar los problemas financieros de las familias. Por ello, quiere seguir siendo una institución cercana a la población, bajo la máxima de dar respuesta a las necesidades de las personas.

NÚMERO DE PRÉSTAMOS	
Concedidos	8.000
Renovados	2.832
Cancelados	1.871
En vigor	15.973
Importe medio. (Euros)	1.627
Número de clientes	12.518
Clientes nuevos	2.565
TASACIONES	
Nº Tasaciones (incluidas retasas)	9.373
Peso en gramos de las joyas tasadas	2.128.432
BAREMO DE PRECIOS POR GRAMO	
Oro fino	15,25
VENTA DE SUBASTAS	
Nº de subastas celebradas en el año (incluidas conjuntas)	10
Diferencia de importe (obtenido-prestado). Miles de euros	1.623
% Sobreprecio obtenido en subastas	31
OTROS DATOS DE INTERÉS	
Periodos de concesión	12
% préstamo/tasación	70
% de las garantías recuperadas	99
Horas de apertura	33
Total empleados	12
(De los que) tasadores	5



En estos momentos, los Montes de Piedad se encuentran en una situación en la que el entorno económico que vive el país refuerza su papel y su utilidad social, y el Monte de Piedad de "la Caixa" es una prueba clara de ello.

De cada diez clientes atendidos, siete son mujeres entre 50 y 60 años; el perfil masculino oscila entre los 40 y 70 años de edad.

La cifra de préstamos constituidos durante la primera mitad de 2009 ha seguido el importante tirón de 2008. A partir del segundo semestre, la inversión se ha mantenido positiva, pero con un crecimiento moderado y constante.

Hace quince años, en marzo de 1995, "la Caixa" puso en marcha su actual formato de subasta de joyas, a sobre cerrado y segundo precio, a través de su red de cajeros automáticos y de Internet, en la dirección www.lacaixa.es/subastas. Con esa experiencia, se han adjudicado más de 100.000 lotes de joyas, sin que por ello haya habido declinación alguna de precios.

LOS MONTES DE PIEDAD HAN
RECOBRADO UN NOTABLE
PROTAGONISMO EN ESPAÑA DESDE
2008, COMO CONSECUENCIA DE
LAS GRAVES REPERCUSIONES QUE
ESTÁ TENIENDO LA CRISIS

ASAMBLEA DE MONTES DE PIEDAD

Bajo el lema *Montes de Piedad, cercanos y accesibles*, se celebró en Barcelona, la *XIX Asamblea General de Montes de Piedad*, organizada por La Caixa y con la colaboración de la CECA, los días 14 y 15 de octubre de 2009, con asistencia y representación de la mayoría de los Montes de Piedad de España. Entre los temas debatidos merece especial atención el estudio de la joyería modernista, de gran importancia en Cataluña, por su altísimo valor histórico y artístico, elaborado por la responsable de tasaciones del Monte de Piedad de La Caixa.

Sa Nostra

económica y financiera se agrava. Así, durante el año 2009, el Monte de Piedad de Sa Nostra ha administrado un

Tal y como se ha podido comprobar a lo largo de la historia de los Montes de Piedad, inevitablemente su actividad aumenta cuando la situación

volumen de préstamos de garantía prendaria superior a 15.000 préstamos. Es en situaciones críticas como la que vivimos, cuando los Montes de Piedad deben rescatar el espíritu con el que fueron creados: auxiliar a la población más desfavorecida económicamente.

NÚMERO DE PRÉSTAMOS	
Concedidos	9.018
Renovados	2.842
Cancelados	9.656
En vigor	13.554
Importe medio. (Euros)	390
Número de clientes	13.554
Clientes nuevos	1.950
TASACIONES	
Nº Tasaciones (incluidas retasas)	9.455
Peso en gramos de las joyas tasadas	765.000
BAREMO DE PRECIOS POR GRAMO	
Oro fino	7,00
VENTA DE SUBASTAS	
Nº de subastas celebradas en el año (incluidas conjuntas)	1
Diferencia de importe (obtenido-prestado). Miles de euros	228
% Sobreprecio obtenido en subastas	51
OTROS DATOS DE INTERÉS	
Periodos de concesión	12
% préstamo/tasación	70
% de las garantías recuperadas	100
Horas de apertura	33
Total empleados	4
(De los que) tasadores	2

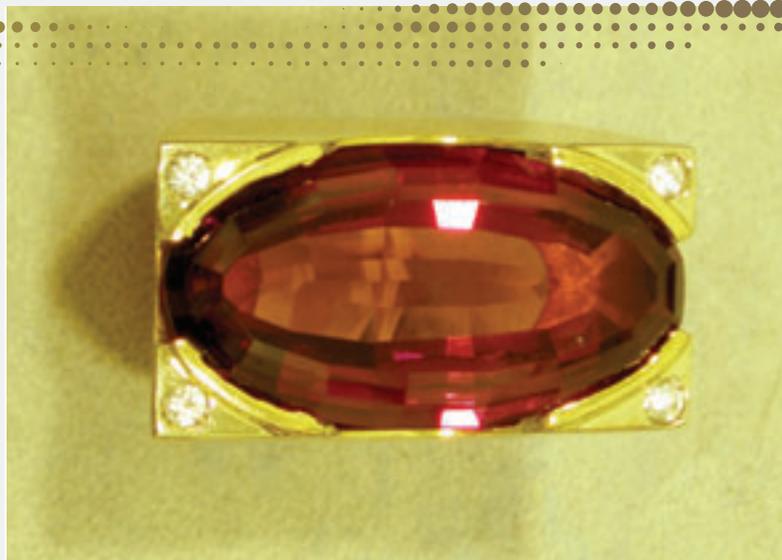


Actualmente, la cartera de clientes del Monte de Piedad de Sa Nostra es de 13.554, de los que 1.950 son clientes dados de alta en este ejercicio 2009. Cabe destacar el aumento de clientes de origen inmigrante, así como de trabajadores autónomos que necesitan el Monte para hacer frente, unos, a los primeros gastos que les surgen a la llegada a nuestro país y, los otros, para afrontar la difícil situación económica que estamos atravesando. También es de resaltar que hayan vuelto a solicitar los servicios del Monte clientes puntuales que no los habían necesitado en los últimos diez años.

CRECEN LAS OPERACIONES

El total de operaciones también se ha incrementado en casi un veinte por ciento, comparando los datos con el año anterior. De manera significativa, ha crecido el número de renovaciones, así como el de cancelaciones, con objeto de vender las prendas en alguno de los numerosos negocios de compra-venta de oro que han proliferado en los últimos meses en todas las capitales.

Habitualmente, el Monte de Piedad de Sa Nostra realiza una subasta anual (a veces dos), la cual es presencial. En este año ha subastado un total de 518 lotes que alcanzaron un precio de venta igual o superior al cincuenta por ciento del precio de salida. La tendencia para el futuro sigue en esta línea, favorecida por la incertidumbre económica y la notable subida de la cotización del oro.



AUMENTA EL NÚMERO DE
INMIGRANTES Y AUTÓNOMOS
ENTRE LOS CLIENTES DEL
MONTE DE PIEDAD

Unicaja

Montes de Piedad y Caja de Ahorros de Ronda, Cádiz, Almería, Málaga y Antequera

NÚMERO DE PRÉSTAMOS	
Concedidos	43.661
Renovados	23.085
Cancelados	43.966
En vigor	57.995
Importe medio. (Euros)	363
Número de clientes	32.605
Clientes nuevos	16.337
TASACIONES	
Nº Tasaciones (incluidas retasas)	46.272
Peso en gramos de las joyas tasadas	
BAREMO DE PRECIOS POR GRAMO	
Oro fino	8,33
VENTA DE SUBASTAS	
Nº de subastas celebradas en el año (incluidas conjuntas)	9
Diferencia de importe (obtenido-prestado). Miles de euros	1469
% Sobreprecio obtenido en subastas	74
OTROS DATOS DE INTERÉS	
Periodos de concesión	12
% préstamo/tasación	60
% de las garantías recuperadas	96
Horas de apertura	30
Total empleados	17
(De los que) tasadores	5



En 1884 se fundó la Caja de Ahorros de Cádiz, una de las más antiguas de España, que con el paso del tiempo y la fusión en 1991 con otras cuatro, daría lugar a Unicaja. La aportación de actores sociales y económicos de la ciudad, junto con la destacada colaboración de Diego Fernando Montañés, filántropo y hombre de negocios, fueron necesarias para la fundación de la Caja de Ahorros y Monte de Piedad de Cádiz.



CERTIFICACIÓN DE CALIDAD
ISO 9001:2008 EN LAS TRES
OFICINAS, SIENDO ASÍ EL
PRIMER MONTE QUE OBTIENE
ESTA DISTINCIÓN

A lo largo de 2009 Unicaja organizó, con motivo del 125 aniversario del nacimiento de la que fuera Caja de Ahorros de Cádiz, una amplia programación de actividades que desarrolló a lo largo del año en su ámbito de actuación, dentro del mantenimiento de su compromiso con el desarrollo económico y social como Caja de Ahorros.

El Monte de Piedad de Unicaja, con oficinas en Almería, Cádiz y Málaga, continúa desde entonces con su función social, es decir, contribuir a facilitar el acceso al crédito y evitar así la exclusión financiera.

La evolución ha sido constante y en el año 2009 se ha hecho manifiesta mediante la participación en el portal conjunto de subastas por Internet, desarrollado por la Confederación Española de Cajas de Ahorros y doce Cajas de

Ahorros y Montes de Piedad (incluida Unicaja), y el mantenimiento de la Certificación de Calidad ISO 9001:2008 en las tres oficinas del Monte, siendo el Monte de Piedad de Unicaja el primer Monte que obtuvo esta distinción.

LAS CIFRAS

Durante 2009 se ha mantenido el elevado número de clientes del total de oficinas del Monte de Piedad de Unicaja, llegando a 32.605 clientes con préstamos en vigor.

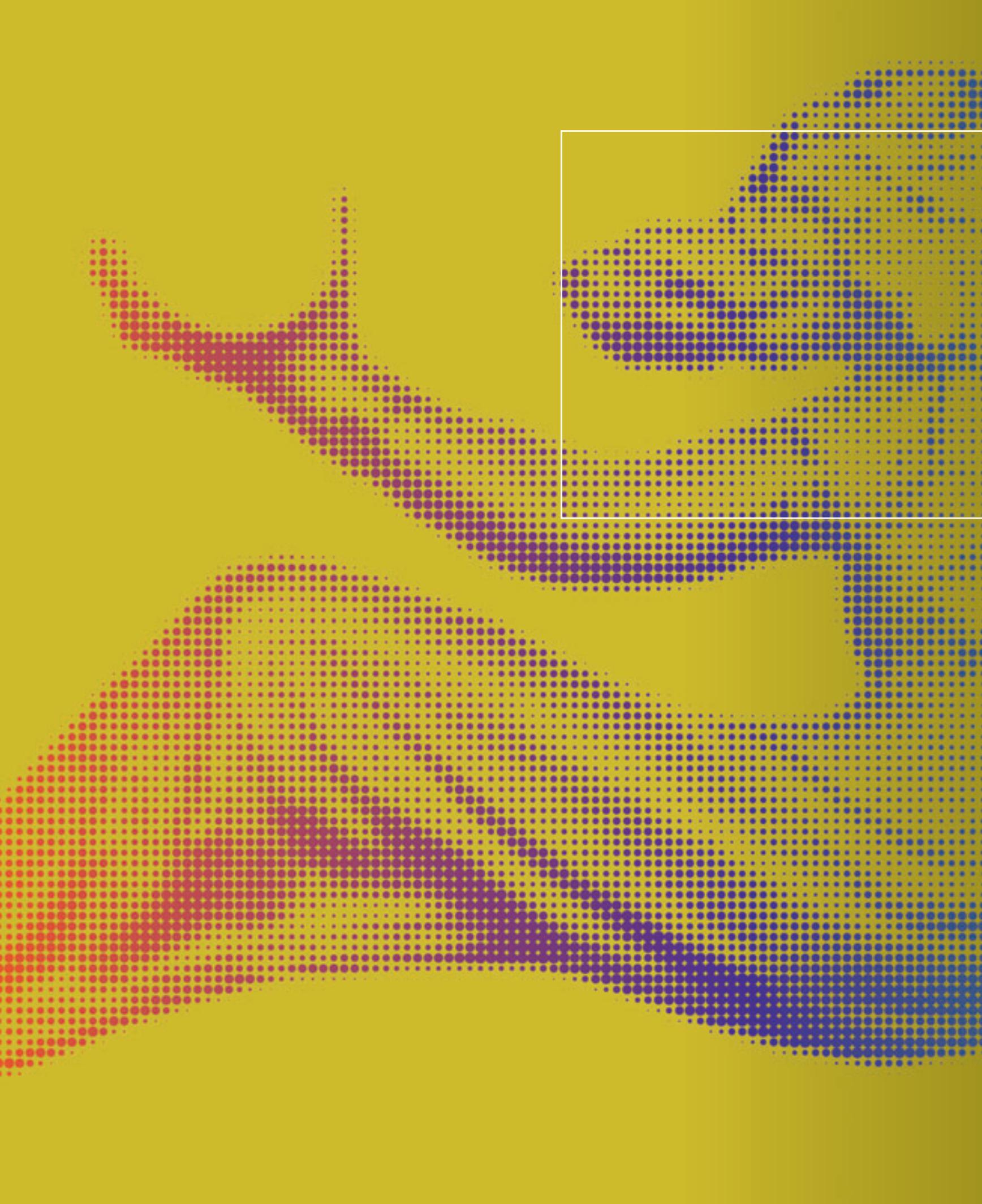
Un año más se continúa por encima de las 40.000 operaciones anuales, con 43.661 préstamos formalizados en el período, alcanzando los 15,80 millones de euros de importe total, un 11,8 por ciento más que el ejercicio anterior.

El número de préstamos en vigor se estabilizó, disminuyendo un 4,8 por ciento respecto al año anterior, obteniendo un total de 57.995 operaciones.

El saldo de estas pignoraciones supera por segundo año consecutivo los veinte millones de euros. Durante 2009 el importe fue de 21,08 millones de euros, con un incremento del 4,1 por ciento respecto al año anterior.

De todas las operaciones realizadas, el porcentaje de personas que recuperan la prenda sigue manteniéndose alrededor del 96 por ciento.

En 2009 se celebraron nueve subastas. En Almería se realizó una, en Cádiz se llevaron a cabo tres y en Málaga, cinco. El nivel de adjudicaciones fue excelente, alcanzando un porcentaje superior al 97 por ciento en el total de subastas. En cuatro de las nueve subastas celebradas durante el año 2009, se adjudicaron prácticamente el cien por cien de los lotes.



subastasmontes.es

UNA APUESTA TECNOLÓGICA

El portal de *Subastas Online Montes de Piedad* es el reflejo más evidente de la capacidad de adaptación de los Montes de Piedad a los constantes e inevitables cambios vividos en sus más de trescientos años de historia. A la apuesta tecnológica, que permite ahorro de costes y llegar a un público mucho más amplio, se une la voluntad de cooperación tradicional en el Sector de las Cajas de Ahorros españolas.



ESTE PORTAL SE HA CREADO
CON EL OBJETIVO PRINCIPAL
DE LIQUIDAR GARANTÍAS DE
LOS PRÉSTAMOS PRENDARIOS

Subastas online
MONTES DE PIEDAD



IDENTIFICACIÓN CATÁLOGO CONDICIONES AYUDA ¿QUÉ SON LOS MONTES DE PIEDAD? FAQ

Identificación

usuario

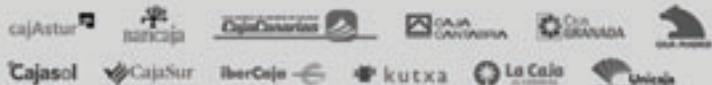
contraseña

entrar

[¿OLVIDÉ SU CONTRASEÑA?](#)

Es necesario estar registrado para poder participar en las subastas online. Si aún no estás registrado, puedes hacerlo ahora.

regístrate



En los dos últimos ejercicios, la actividad de los Montes de Piedad ha registrado un crecimiento en España a ritmos desconocidos desde la década de los años sesenta, esto ha sido así, en gran parte, debido a los efectos de la actual crisis en las economías domésticas españolas, además de otros factores que también explican esta creciente evolución, como puede ser, el incremento del precio del oro en el mercado internacional.

El portal www.subastasmontes.es se ha creado con el objetivo principal de liquidar garantías de los préstamos prendarios, convirtiéndose en la primera aplicación en Internet de estas características, con pujas *on line* cien por cien competitivas efectuadas en tiempo real.



Dentro de los fines fundacionales del portal de subastas, destaca la creación de sinergias, ya que permite que los doce Montes que participan actualmente en la iniciativa (a finales del ejercicio se negociaba la incorporación de otros tres Montes) se beneficien de un claro ahorro de costes; de una mejora en la gestión de la depositaría y de la homogeneización de los procesos. Este último aspecto es muy importante porque facilita el uso del portal y la participación en las subastas de grupos de clientes más numerosos, favoreciendo así la competencia.

Catálogo

- Lotes sin puja
- Lotes sin puja
- Catálogo completo

Fecha: -

Importe máximo:

Tipo de joya: (Todos)

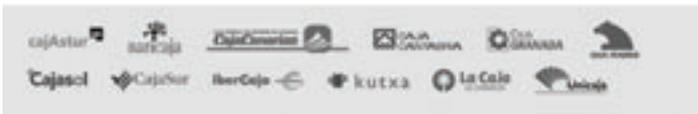
Estado: (Todos)

Descripción:

[Actualizar](#) [Borrar](#)

Es posible la ordenación del listado por los campos en los que se muestran flechas

Imagen	Lote	Inicio	Fin	Salida	Peso	Un Puja	Descripción	Opciones
	236	06/05/2010	20/05/2010	265 €	36,00 g	700 €	Cadena, dos vertebrae y dos cierres. Por 20 pendientes en metal, pesos 34,3 g	Detalle
	237	06/05/2010	20/05/2010	137 €	28,00 g	160 €	Reloj con correa de piel.	Detalle
	238	06/05/2010	20/05/2010	150 €	19,00 g	400 €	Una acuñación 20 pesos MEX.	Detalle
	239	06/05/2010	20/05/2010	137 €	19,00 g	340 €	Set cadenas, dos medallas y sortija	Detalle
	230	06/05/2010	20/05/2010	240 €	30,00 g	500 €	Collar, dos alfileres y sortija	Detalle
	231	06/05/2010	20/05/2010	491 €	71,00 g	1.200 €	Set de joyas con un peso neto de 60 g.	Detalle
	234	06/05/2010	20/05/2010	330 €	10,00 g	370 €	Juego de sortija y par de pendientes con diamantes total 2,30 ct. aprox.	Detalle
	235	06/05/2010	20/05/2010	834 €	118,00 g	2.000 €	Reloj con tracero en oro.	Detalle



EL MANEJO FÁCIL DEL PORTAL Y LA PARTICIPACIÓN DE GRUPOS DE CLIENTES MÁS NUMEROSOS FAVORECEN LA COMPETENCIA

El funcionamiento de *www.subastasmontes.es* se basa en la denominada estrategia multicliente, es decir, cada uno de los doce Montes de Piedad, que forman parte del proyecto, gestiona de manera autónoma sus lotes en todos los aspectos que tienen cabida, esto es, tipo de lotes sacados a subastas (joyas de oro, relojes de alta gama, piedras preciosas...), precio de salida del lote, tiempo de permanencia en subasta, etc.; preservando en todo momento una absoluta capacidad de decisión. A pesar de lo cual, se ha creado un reglamento interno que marca unas pautas comunes que afectan, sobre todo, a los plazos, máximos y mínimos, en los que los lotes pueden permanecer en subasta, para garantizar que existen las mismas oportunidades de venta, o también criterios comunes para el envío de los lotes rematados.

La *web de Subastas Online Montes de Piedad* comenzó a funcionar en el pasado mes de diciembre, con doce Montes de Piedad, todos ellos pertenecientes a Cajas de Ahorros, estos son Cajastur, Bancaja, Caja Canarias, Caja Cantabria, Caja Granada, Caja Madrid, Cajasol, Cajasur, Ibercaja, Kutxa, La Caja de Canarias y Unicaja.



CADA MONTE DE PIEDAD
GESTIONA DE FORMA
AUTÓNOMA SUS LOTES EN
TODOS LOS ASPECTOS: LOTES
SACADOS A SUBASTA, PRECIO DE
SALIDA, TIEMPO DE
PERMANENCIA EN SUBASTA...

Para los Montes de Piedad participantes, la incorporación a la iniciativa conjunta del portal de subastas, *www.subastasmontes.es*, supone evidentes ventajas como el ahorro de costes en la realización de subastas presenciales, la superación de las barreras geográficas de sus mercados habituales (marcadamente locales), la incorporación de numerosos clientes potenciales o el incremento de la competencia entre los Montes, circunstancia que redundará en un mejor servicio a los clientes.

POR MEDIO DEL SISTEMA *WEB*, SE HA MULTIPLICADO EL NÚMERO DE USUARIOS QUE PUEDEN ACCEDER A LAS SUBASTAS EN TIEMPO REAL



El hecho de conectar con un público diferente al habitual representa para los Montes nuevas posibilidades comerciales desde el punto de vista de las subastas. Pero, también, y por la mayor difusión de la actividad prendaria que propicia el portal, se favorece la captación de nuevos clientes, dado que actualmente los perfiles del cliente asiduo de los Montes son familias o personas con dificultades económicas puntuales, pequeños empresarios que han agotado sus líneas de crédito tradicio-

nales y, de forma creciente, inmigrantes. Con la incorporación de nuevos grupos, más inclinados en principio a la compra en subasta que a la solicitud de un préstamo, se abre, no obstante, un mercado nuevo al que explicar las múltiples ventajas de los Montes de Piedad en cuanto a sencillez, comodidad, precios y garantía jurídica que ofrecen sus productos de financiación.

Otra circunstancia que ayuda a superar las actuales limitaciones es por ejemplo, que mientras que en las



subastas tradicionales sólo podían participar las personas presentes en el salón donde se celebraba, a través del sistema *web* el número de usuarios que pueden acceder a la subasta en tiempo real se multiplica, al poder participar desde cualquier sitio dotado con una conexión a Internet.

En la primera fase de la puesta en marcha del proyecto, la actividad se destinó al perfeccionamiento del funcionamiento de la aplicación y la familiarización de su manejo por parte de los administradores de los lotes, los empleados de los Montes de Piedad. Durante ese periodo, con una afluencia de público todavía incipiente, han sido sobre todo clientes habituales de subastas los que han estado realizando operaciones en la *web*.

La aplicación tiene un diseño muy navegable a través de varias pestañas que organizan el contenido de la página, estas son: identificación, catálogo, condiciones, ayuda, qué son los Montes de Piedad, y FAQ (preguntas frecuentes).

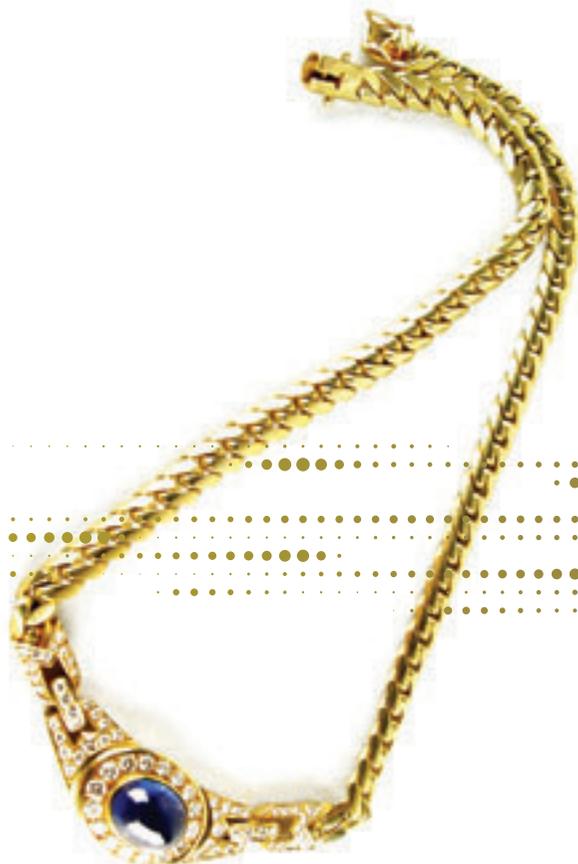
Se puede acceder a todos los contenidos de la página sin necesidad de haberse registrado en la misma, de tal forma, que cualquier internauta interesado puede visualizar el catá-



logo de las joyas y acceder al detalle de cada lote. También pueden consultarse las condiciones de la subasta y observar los tutoriales, elaborados en formato "demo", que resultan una ayuda muy práctica en los primeros pasos previos a la puja. Por último, se puede acceder al contenido divulgativo de las Memorias de los Montes de Piedad. Una vez que el usuario decide participar en alguna de las subastas debe registrarse y aceptar las condiciones y normas de funcionamiento del portal, para conocer la mecánica de las subastas y sus implicaciones.

El registro en la página es sencillo y se lleva a cabo mediante la petición de algunos datos personales básicos. Una vez efectuado el registro, se pueden realizar pujas de manera manual y automática, con precios personalizados y pujas máximas, que el sistema se encarga de gestionar por cuenta del usuario hasta el límite fijado por él. Para garantizar una total transparencia, el historial de pujas queda reflejado en el detalle de cada lote mientras dura la subasta para consulta de cualquier usuario interesado.

En el detalle de cada lote, el cliente del portal de subastas puede con-



LOS MONTES DE PIEDAD ESPERAN SACAR A SUBASTA, MEDIANTE ESTE SISTEMA, MÁS DE 3.000 LOTES DE JOYAS EL PRIMER AÑO

sultar el Monte de Piedad al que pertenece, circunstancia que redundará en la transparencia del proceso y que incrementa la competencia entre las entidades con lotes a subasta. Además, se ha creado la opción de conseguir más información directamente del administrador del lote, mediante la opción *Preguntar sobre el lote*, a través de la cual se abre una ventana donde poder introducir un texto libre, que es recibido directamente por el responsable del Monte de Pie-

dad que ha puesto en subasta la joya, en forma de correo electrónico.

En caso de resultar adjudicatarios finales del lote o lotes subastados, los clientes tienen la opción de abonar el importe mediante pago seguro, con una tarjeta de crédito asociada a una cuenta en banca electrónica, o en efectivo si se opta por la recogida en la oficina del Monte de Piedad que sacó el lote a subasta.

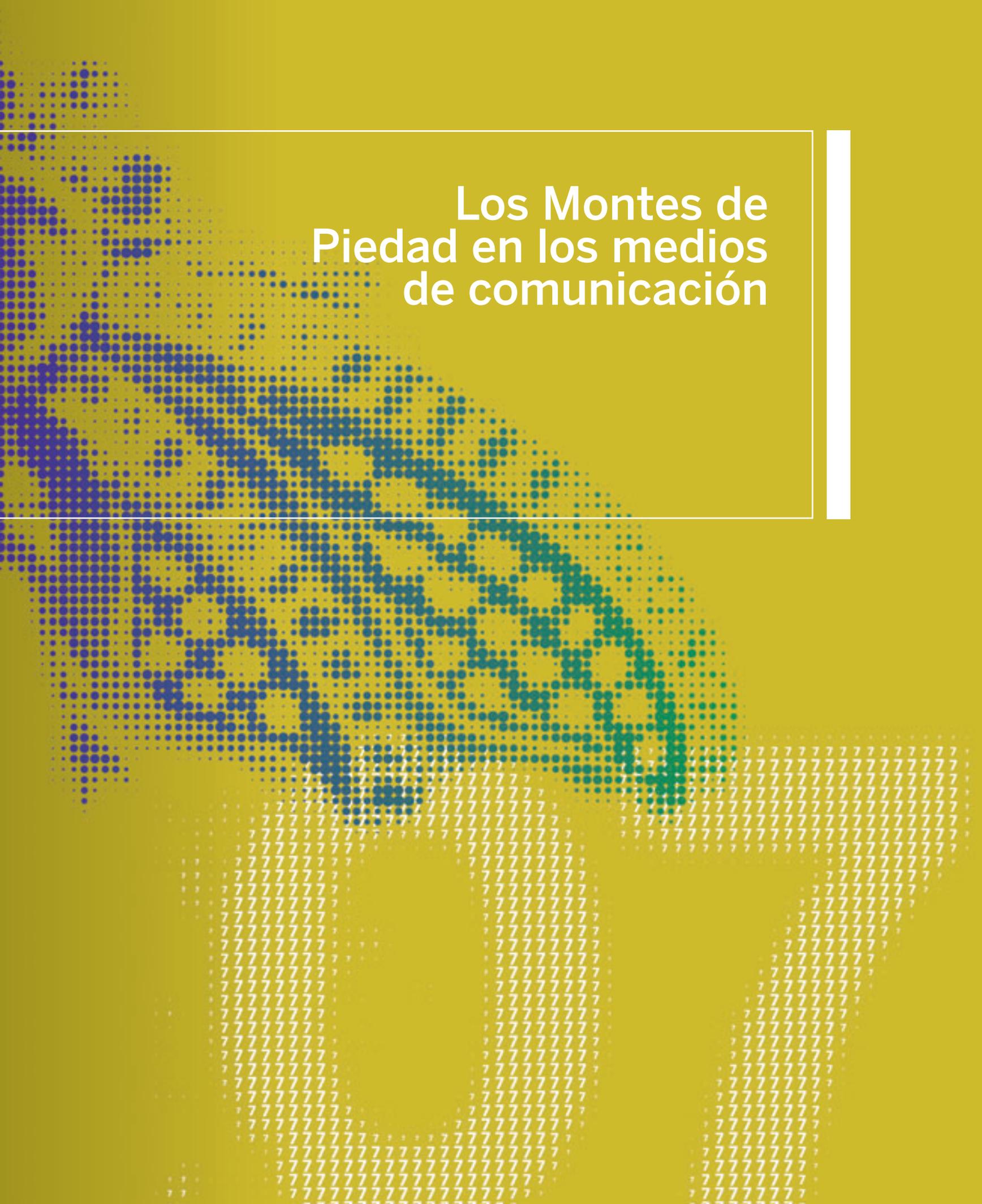
Se estima que en el primer año de vida del portal, el volumen de acti-

vidad llegue a los 3.000 lotes de joyas subastados, aproximadamente el diez por ciento de todos los lotes que rematan los Montes en un año; alcanzando una adjudicación del noventa por ciento y un sobreprecio superior al obtenido en las subastas presenciales, debido principalmente al alto nivel de competencia que supone una subasta de pujas *on line*, dada la concurrencia de un público mucho más amplio.

Aparte de las mejoras operativas y funcionales que representa, y en línea con la filosofía no lucrativa de las Cajas de Ahorros, esta iniciativa tiene como principal objetivo dar a conocer y hacer más atractivos los Montes de Piedad a los ciudadanos, que pueden encontrar en esta actividad una alternativa de financiación interesante desde el punto de vista del precio, las garantías jurídicas y la posibilidad de recuperar sus joyas. Por esta razón, las subastas, tanto presenciales como por Internet, no representan la actividad más relevante de los Montes, dado que sólo un cinco por ciento de las joyas empeñadas en los Montes de Piedad salen a subasta, siendo el resto recuperado por sus propietarios.



Los Montes de Piedad en los medios de comunicación



LOS MONTES DE PIEDAD EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

En los últimos años, y especialmente desde 2008, los Montes de Piedad han tenido un considerable protagonismo en los medios de comunicación. La crisis y el fuerte crecimiento de la actividad no han sido ajenos a este fenómeno. En cualquier caso, los diarios y los informativos de radio y televisión han visto, por su carácter secular, los Montes desde una perspectiva singular y como un servicio útil de las Cajas a la sociedad.



CINCO DÍAS



DIARIO DE AVISOS



PÚBLICO



PÚBLICO



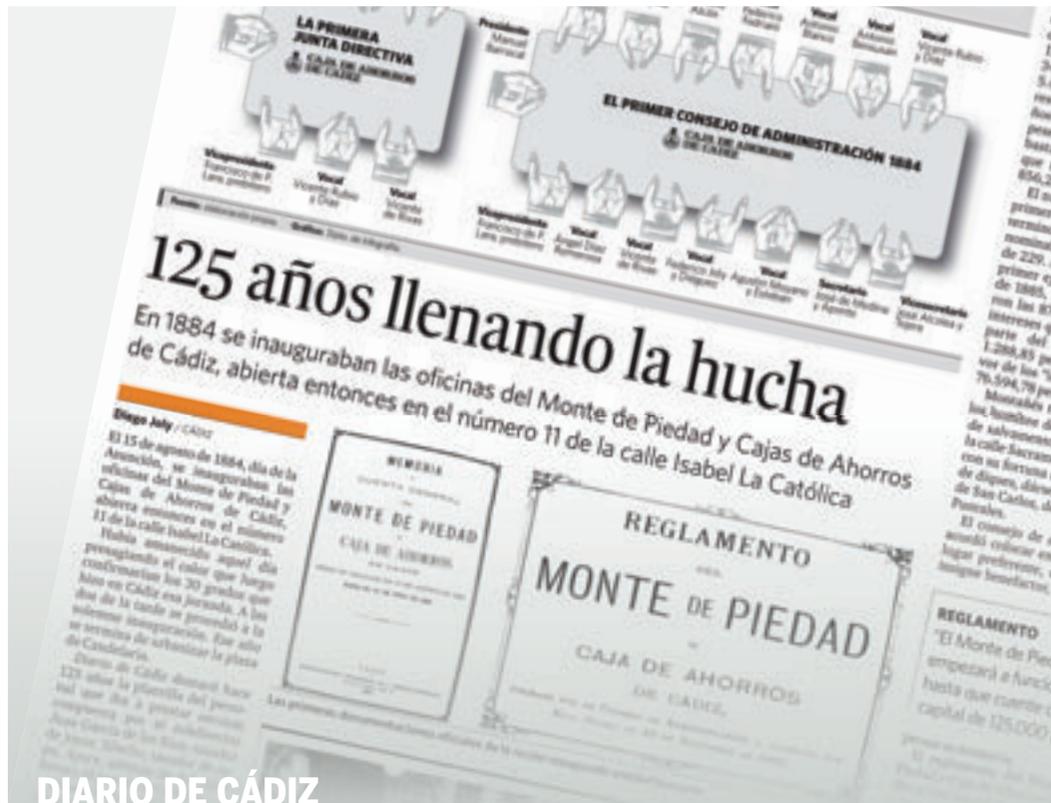
AVUI



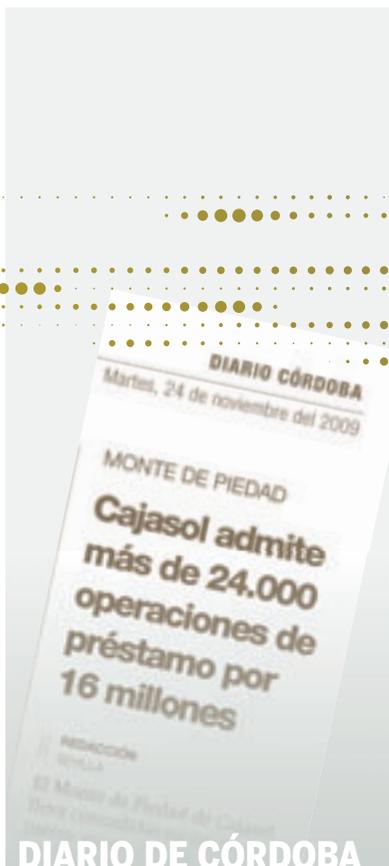
ABC



DIARIO MONTAÑÉS



DIARIO DE CÁDIZ



DIARIO DE CÓRDOBA



DIARIO DE LEÓN



EL ECONOMISTA



EL PERIÓDICO DE EXTREMADURA



EL PAÍS



GRANADA HOY



EL ECONOMISTA



NEGOCIO







ELABORACIÓN:

División de Obra Social y Relaciones Institucionales de la CECA

COLABORADORES:

Teresa Castañé Genis

Responsable de Tasaciones de La Caixa

Jesús Lens Espinosa de los Monteros

Secretario General de la Asociación Internacional de Entidades de Crédito Prendario y Social

IMÁGENES:

Cedidas por los Montes de Piedad españoles.

PERSONA DE CONTACTO:

Javier Úbeda Hernández

Jefe de Obra Social y Montes de Piedad

email: comunica@ceca.es



www.ceca.es

www.cajasdeahorros.es

DISEÑO ORIGINAL: R+A Strocen Rey (www.strocen.com)

DEPÓSITO LEGAL: M-37.318-2010